

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การศึกษาศักยภาพการแข่งขันการค้าส่งออกผักผลไม้ ของประเทศไปประเทศจีน

A Study of Export Potential of Export Vegetables and Fruits from Thailand to China



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... **86840**
วัน,เดือน,ปี **16** ส.ค. **2552**

เสนอ

b. **1201๗๑08**
i.

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง	:	การศึกษาศักยภาพการแข่งขันการค้าส่งออกผักผลไม้ของประเทศไทยไปประเทศจีน
นักศึกษา	:	นางสาวจิตตินี บุศราวังศ์
ระดับการศึกษา	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	:	บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม การศึกษาศักยภาพการส่งออกของสินค้าเกษตรกรรมจึงเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาถึงศักยภาพการแข่งขันการค้าส่งออกผักผลไม้ ของประเทศไทยไปประเทศจีน เนื่องจากประเทศจีนเป็นประเทศใหญ่ อีกทั้งยังมีแนวโน้มเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ หากประเทศไทยสามารถทราบถึงศักยภาพการแข่งขันของตนเอง จะเป็นประโยชน์อย่างมาก ดังนั้นจึงได้เลือกศึกษาผัก และผลไม้ 8 ชนิด ได้แก่ พืชผัก (ดิบหรือทำให้สุกโดยการนึ่งหรือต้ม) แขนงเย็นจนถึงพืชผักตระกูลถั่ว เหง้าและเอาเปลือกออก จะลอกเยื่อหรือทำให้แยกจากกันหรือไม่ก็ตาม มันสำปะหลัง มะพร้าว สดหรือแห้ง จะเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม กัวยรวมถึงกล้วยสดหรือแห้ง สับปะรดสดหรือแห้ง มะม่วงสดหรือแห้ง ผลไม้จำพวกส้มสดหรือแห้ง

การศึกษาในครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลสถิติจาก World Trade Atlas ของกรมส่งเสริมการส่งออก เว็บไซต์ งานวิจัยของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และงานวิจัยของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง โดยได้ศึกษาลักษณะตลาด คู่แข่งขัน ข้อตกลงร่วม วิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของการส่งออก ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก เพื่อนำผลการศึกษาไปพิจารณาศักยภาพการส่งออก โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และ แนวคิดของ The Boston Consulting Group

ผลการศึกษาพบว่าส้มและมันสำปะหลังมีศักยภาพการแข่งขันการค้าส่งออกมากที่สุด สำหรับมะพร้าว สับปะรด มะม่วง และพืชผัก มีศักยภาพต่ำ และไม่ชัดเจนว่าจะพัฒนาได้ดี แต่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ พืชผักตระกูลถั่วมีศักยภาพการแข่งขันต่ำ และไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ จึงเป็นการยากที่จะพัฒนา ส่วนกล้วยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และศักยภาพไม่ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับข้อเสนอแนะ รัฐบาลควรมีนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการส้มและมันสำปะหลัง โดยให้ความสำคัญกับสินค้านี้มากเป็นพิเศษ และเพิ่มนโยบายส่งเสริมการลงทุนในการผลิตและจำหน่ายส้ม และมันสำปะหลัง เช่นลดอากรขาเข้าเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและแปรรูปสินค้า จัดตั้งเขตส่งเสริมการลงทุนในกาปลูกส้มและมันสำปะหลังเป็นต้น นอกจากนี้มะพร้าว สับปะรด มะม่วง และพืชผักก็ควรปรับปรุงคุณภาพการผลิต และบรรจุภัณฑ์ในการส่งออก ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์คุณภาพสินค้า เพื่อส่งเสริมการขายตัวในอุตสาหกรรม และเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Abstract

Title : A Study of Export Potential of Export Vegetables and Fruits from Thailand to China

Student : Miss Jittinee Busrawong

Level of student : Master of Business Administration

Major : Business Administration

Advisor : Associate Professor Dr.Amnuay Sangnooree

Since Thailand is the agriculture country. To study the efficiency and potential of agricultures product exporting is one way to expand Thailand economy. This study is studying the capability of Thai vegetables and fruits to be exported to China. Due to China is a powerful country and have a potential to be customer of Thailand. If Thailand knows its own capability, it worth. This study 8 vegetables and fruits based on Harmonize system (HS) : e.g. HS07102900 Leguminous vegetables, shelled or unshelled, froze , HS07131090 Other dried peas, shelled, HS07141020 Dried manioc, HS08011000 Coconuts, Fresh or dried, whether or not shelled, HS08030000 Bananas, including plantains, fresh or dried, HS08043000 Pineapples, fresh or dried, HS08045020 Mangoes, fresh or dried and HS08051000 Oranges, fresh or dried.

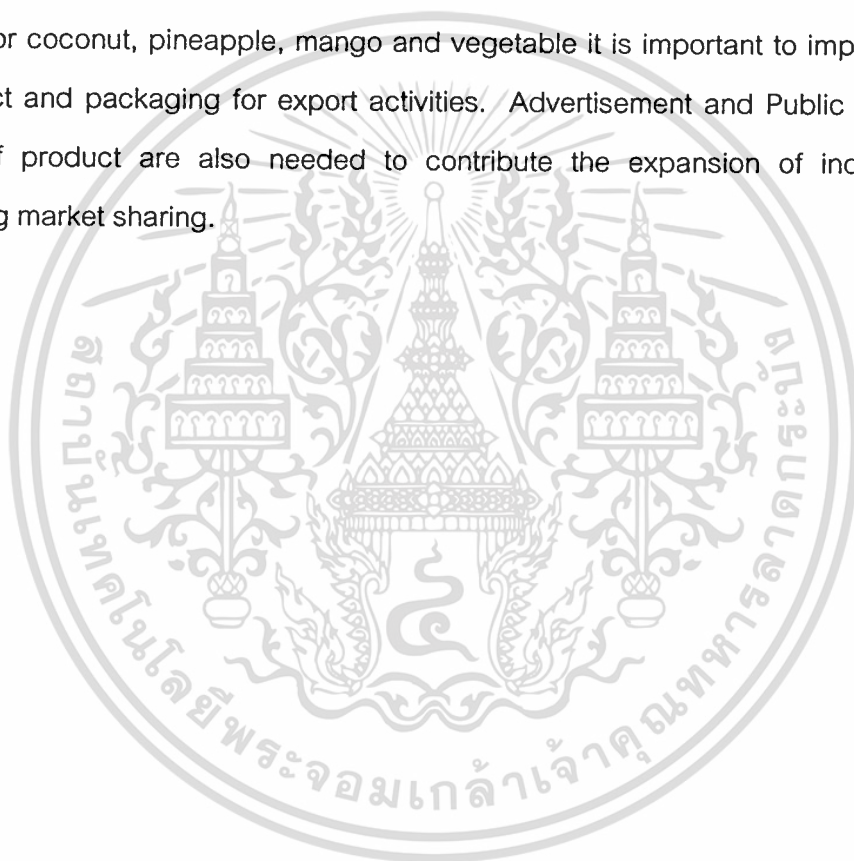
This study gather secondary data from World Trade Atlas of Department of export promotion, related websites and documentation. By study its market, competitors, agreement and analyze competitive capabilities including advantages and limitation of export market. In order to use the finding for illustrate Thailand's export opportunity. This study cover statistic data, competitive advantages concept and The BCG concept.

The findings show that orange and dried manioc have the most potential for exporting. By comparison, pea have no an advantage. Thus, it is so difficult to compete with others. Pineapple , coconut, mango and vegetable still have an advantage by comparison and has some potential for exporting but they require some improvement. Banana have no advantage by comparison and potential cannot clarify.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

For the suggestion about orange and dried manioc, Government should have clear strategies to support the business owners by setting up the region for free trading center to any goods as specialist product. Furthermore, Government should add the strategy to support investment especially for producing and selling orange and dried manioc. For example, reducing of the import tax for any engine that concerns to production and conversion of goods and setting up the region for supporting the investment for orange and dried manioc.

For coconut, pineapple, mango and vegetable it is important to improve quality of product and packaging for export activities. Advertisement and Public Relation for quality of product are also needed to contribute the expansion of industrial and increasing market sharing.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาดังกล่าวสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.อำนวยการ แสงโนรี ประธานกรรมการศึกษาธิการศึกษาอิสระ และ ดร.อุรสา บัวตะมะ กรรมการการศึกษาอิสระ ที่กรุณาให้คำปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำแนวทางในการศึกษา ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างยิ่งในความกรุณาดังกล่าว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษามาก

นอกจากนี้ผู้ศึกษาต้องขอขอบพระคุณคณาจารย์ในโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ทางวิชาการซึ่งเป็นที่มาของงานวิจัย รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานมาโดยตลอด

ท้ายสุดขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ที่ได้มอบกำลังใจอันมีค่าให้กับผู้ศึกษา มาโดยตลอด ขอขอบคุณทุกความห่วงใยจากเพื่อนร่วมงาน และเพื่อนนักศึกษาระดับปริญญาโท MBA 8 ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจมาโดยตลอด

จิตตินี บุศราวาศ์

4 ตุลาคม 2548

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
สารบัญ	(2)
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์	6
การตรวจเอกสาร	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษา	8
แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	8
แนวคิดของ The Boston Consulting Group (BCG) Matrix	9
วิธีการศึกษา	13
การเก็บรวบรวมข้อมูล	16
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	16
บทที่ 3 สภาพทั่วไปการส่งออกผักผลไม้	17
นโยบายเกี่ยวข้องกับการส่งออก	18
โครงสร้างการนำเข้าของประเทศจีน	20
ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของจีน	24
สภาวะการส่งออกของประเทศไทย	27
โครงสร้างการส่งออกของประเทศจีน	27
อุปสรรคในการส่งผักผลไม้จากไทยไปจีน	30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	32
ระดับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	32
การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันการค้าส่งออก	34
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	38
สรุป	38
ข้อเสนอแนะ	39
บรรณานุกรม	40
ภาคผนวก	42
ภาคผนวก ก ตารางแสดงรายละเอียดมูลค่าสินค้า	43
ตารางภาคผนวกที่ 1 มูลค่าการนำเข้าผักผลไม้ที่ต้องการศึกษาของประเทศจีน จากประเทศไทย	43
ตารางภาคผนวกที่ 2 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกชนิดของประเทศจีนจากประเทศ ไทยและทั่วโลก	44
ตารางภาคผนวกที่ 3 มูลค่าการนำเข้าผักผลไม้ที่ต้องการศึกษาของประเทศจีน จากทั่วโลก	44
ประวัติผู้เขียน	45

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกผักผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้งจากประเทศไทยไปยังประเทศต่าง ๆ	2
2	สถิติการค้าผักและผลไม้ไทย และจีน	4
3	มูลค่าการนำเข้าสินค้าในประเทศจีน แยกตามประเภทสินค้าตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปี 2547	21
4	มูลค่าการนำเข้าผักและผลไม้ในประเทศจีน ตั้งแต่ปี 2538 จนถึงปี 2547	23
5	มูลค่าการนำเข้าผักตามพิกัดอัตราศุลกากรระบบฮาร์โมนิไนซ์ ในประเทศจีน ตั้งแต่ปี 2538 – ปี 2547	23
6	มูลค่าการนำเข้าผลไม้ตามพิกัดอัตราศุลกากรระบบฮาร์โมนิไนซ์ ในประเทศจีน ตั้งแต่ปี 2538 – ปี 2547	24
7	มูลค่าการนำเข้าสินค้าในประเทศจีน จากประเทศต่าง ๆ	25
8	มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดของประเทศไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ตั้งแต่ปี 2541-ปี 2547	26
9	ร้อยละการส่งออกผักและผลไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศจีน เทียบกับการส่งออกสินค้าทุกชนิดจากประเทศไทยไปยังประเทศจีน	27
10	ร้อยละการส่งออกผักและผลไม้จากประเทศจีนไปยังทุกประเทศ เทียบกับการส่งออกสินค้าทุกชนิดจากประเทศจีนไปยังทุกประเทศทั่วโลก	28
11	มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดของประเทศจีนไปยังประเทศต่าง ๆ	29
12	ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกผักและผลไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศจีน ในช่วงปี พ.ศ. 2538-2547	32
13	มูลค่าการนำเข้า อัตราการขยายตัวเฉลี่ย และส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย	35
14	อัตราการขยายตัว และส่วนแบ่งการส่งออกของผักและผลไม้ที่ศึกษา	36

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	The Bosting Consulting Group (BCG) Portfolio Matrix	10
2	The BCG Matrix	11
3	ตัวอย่างของ Portfolio Matrix for Plotting Product by Country	15



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในกระแสโลกาภิวัตน์ สถานการณ์เศรษฐกิจการค้าได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การแข่งขันในตลาดโลกได้ทวีความรุนแรงขึ้น ทำให้ทุกประเทศต่างต้องปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์ดังกล่าว ทั้งนี้รวมถึงประเทศไทย ทำให้ทุกฝ่ายต้องหันมาสำรวจศักยภาพการแข่งขันของประเทศของตนมากขึ้น

ผักผลไม้เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย โดยสามารถทำรายได้เข้าประเทศปีละ 9,829,260 บาท และผักผลไม้ไทยยังเป็นที่นิยมบริโภคกันทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ความต้องการบริโภคผักผลไม้เพิ่มมากขึ้น เนื่องมาจากสาเหตุหลักคือจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น และความสนใจในสุขภาพก็มีมากขึ้นด้วย ในการผลิตผักผลไม้ถือว่าไทยเป็นประเทศที่มีสภาพพื้นที่และภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิต ประเทศไทยส่วนใหญ่ผลิตผักผลไม้เมืองร้อน จึงมีการส่งออกผักผลไม้เมืองร้อนเป็นหลัก จึงควรรหาประเทศคู่ค้าที่ผลิตผักผลไม้เมืองหนาว จากตารางที่ 1 พบว่าการส่งออกผักผลไม้สด แปะเย็น แปะแข็ง และแห้งในปี 2548 (มกราคม – มิถุนายน) มีมูลค่ารวม 245.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2547 และปริมาณการส่งออก 357,703 ตัน ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2547 ร้อยละ 13.85 โดยตลาดส่งออกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นสูง ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ฮองกง และได้หวัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.89, 8.01, 13.20 และ 16.32 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยจะเป็นประเทศในแถบใกล้ ๆ ประเทศไทย เนื่องจากความสดของผักผลไม้ เป็นปัจจัยหนึ่ง que แสดงถึงคุณภาพของผักผลไม้ ดังนั้นจึงไม่เหมาะที่จะขนส่งระยะทางไกลซึ่งใช้เวลานาน

ประเทศจีน ญี่ปุ่น ฮองกง และได้หวัน ซึ่งล้วนแต่เป็นตลาดส่งออกผักผลไม้ที่สำคัญของไทย นั้น จากการพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนประชากร ศักยภาพในการขายตลาด และสภาพเศรษฐกิจ พบว่าประเทศจีนเป็นประเทศที่น่าศึกษาถึงศักยภาพการแข่งขันการค้าส่งผักผลไม้ของประเทศไทย ไม่มีใครปฏิเสธว่าจีนเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจประเทศหนึ่ง และก้าวไปอย่างไม่หยุดยั้ง ประเทศจีน มีบทบาทสำคัญต่อโลกหลายด้าน ทั้งการเมือง การทหาร เศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้า มีบทบาทในเวทีโลกทุกเวที ด้วยตลาดที่มีประชากรถึง 1,300 ล้านคน ความหลากหลายของชนเผ่า แหล่งทรัพยากรธรรมชาติมหาศาล ปี 2546 ผลิตภัณฑ์มวลรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกมีผลไม่สุด แซ่แข็ง และแข็ง จากประเทศไทยไปยังประเทศต่าง ๆ

ประเทศ	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548 (ม.ค.-มิ.ย.)				
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน			
ญี่ปุ่น	74.85	13.68	21.44	104.13	39.12	24.75	62.40	8.01	25.39
จีน	69.11	99.28	19.80	73.52	6.38	17.47	40.06	13.89	16.30
ฮ่องกง	48.83	-35.92	13.99	41.75	-14.50	9.92	22.47	13.20	9.14
ไต้หวัน	29.02	-14.52	8.31	26.49	-8.72	6.30	18.30	16.32	7.45
สหราชอาณาจักร	18.90	5.75	5.41	21.47	13.60	5.10	14.42	29.52	5.87
อินโดนีเซีย	15.80	-5.83	4.53	28.29	79.05	6.72	12.64	1.33	5.14
สหรัฐอเมริกา	16.44	11.90	4.71	21.28	29.44	5.06	11.63	-6.07	4.73
มาเลเซีย	9.81	40.05	2.81	16.11	64.22	3.83	9.35	-7.85	3.80
เนเธอร์แลนด์	5.77	14.49	1.65	11.78	104.16	2.80	9.10	22.04	3.70
สิงคโปร์	5.52	-1.83	1.58	7.17	29.89	1.70	3.80	1.66	1.55
ประเทศอื่นๆ (104 ประเทศ)	55.01	14.79	15.76	68.75	24.98	16.34	41.56	24.98	16.91
รวม	349.06	7.50	100.00	420.74	20.54	100.00	245.73	14.34	100.00

ที่มา : (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2548)

ประชากรชาติของประเทศจีนเติบโตขึ้นร้อยละ 9.1 และใน 3 เดือนแรกของปี 2547 ขยายตัวร้อยละ 9.9 และภาคเอกชนจีนสนใจค้าขายกับต่างประเทศมากขึ้น ทำให้จีนเป็นตลาดรองรับสินค้าหลากหลาย เช่น เครื่องจักร น้ำมัน พลาสติก เหล็ก ผักและผลไม้ สำหรับประเทศไทย ในปี 2546 จีนมีความสำคัญมากขึ้น กลายเป็นประเทศคู่ค้าของไทย อันดับที่ 4 และเป็นตลาดส่งออกลำดับที่ 4 สำหรับสินค้าทุกชนิด เป็นแหล่งนำเข้าลำดับที่ 3 สำหรับสินค้าทุกชนิด และมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จีนจึงเป็นตลาดที่ทวีความสำคัญสำหรับไทยมากขึ้นทุกขณะ นอกจากนี้จีนมีนโยบายว่าเน้นการปฏิรูปเศรษฐกิจ และการเปิดประเทศเพื่อสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ และกำหนดเป้าหมายให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเพิ่มขึ้นอีก 4 เท่าตัว และทำให้จีนสร้างความกินดีอยู่ดีแก่คนจีนในระดับเดียวกับประเทศที่กำลังพัฒนาในระดับกลาง ภายในปี 2563 เศรษฐกิจจีนยังขยายตัวอย่างต่อเนื่องภายใต้แผนนโยบายการปฏิรูป และการเปิดประเทศที่ดำเนินมาตั้งแต่ปี 2521 นอกจากนี้ในเดือนธันวาคม 2544 จีนสามารถเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ในฐานะยักษ์ใหญ่ทางเศรษฐกิจ การเข้าร่วมเป็นสมาชิก WTO ของจีนมีความหมายยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโลกจะเป็นการแสดงถึงโอกาสอันยิ่งใหญ่ของเศรษฐกิจในอนาคต ในขณะที่ตลาดภายในประเทศและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของจีนก็ต้องเผชิญหน้ากับการท้าทายในสนามแข่งขันการค้าโลก จีนได้ตั้งเป้าหมายว่า เมื่อถึงปี 2548 การค้าต่างประเทศจะมีมูลค่า 6,000,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยจีนยังเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้า จีนตั้งเป้าหมายว่า ปี 2548 รายได้เฉลี่ยต่อหัวจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,130 ดอลลาร์สหรัฐ และปี 2553 จะเพิ่มเป็น 1,600 ดอลลาร์สหรัฐ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2548)

ผักและผลไม้เป็นสินค้าที่รัฐบาลไทยได้พิจารณาว่ามีศักยภาพในการแข่งขันการค้าส่งออก จึงได้มีการเจรจาจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย - จีน เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 โดยเขตการค้าเสรี (Free Trade Area) หมายถึง การรวมกลุ่มเศรษฐกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างกันภายในกลุ่มที่ทำข้อตกลงให้เหลือน้อยที่สุด หรือเป็นร้อยละศูนย์ และใช้อัตราภาษีปกติที่สูงกว่ากับประเทศนอกกลุ่มการทำเขตการค้าเสรีในอดีตมุ่งในด้านการเปิดเสรีด้านสินค้า (Goods) โดยการลดภาษีและอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีเป็นหลัก แต่เขตการค้าเสรีในระยะหลัง ๆ นั้นรวมไปถึงการเปิดเสรีด้านบริการ (Service) และการลงทุนด้วย โดยให้ผักผลไม้เป็นสินค้านำร่อง โดยได้ลงนามความตกลงเร่งลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ ระหว่างไทย-จีน เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2546 ณ กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน สาระสำคัญของความตกลงครอบคลุมเรื่องการลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ทุกรายการตามพิกัดศุลกากรตอนที่ 07-08 (116 รายการ ตามพิกัดศุลกากร 6 หลัก) ให้เหลือ ร้อยละศูนย์ ภายในวันที่ 1 ตุลาคม 2546

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเปิดเสรีผักผลไม้ได้ทำให้การค้าระหว่างไทยและจีนในสินค้าผักและผลไม้เปลี่ยนแปลง ดังตารางที่ 2 ในช่วงเดือนตุลาคม 2545 จนถึงเดือนเมษายน 2546 เทียบกับเดือนตุลาคม 2546 จนถึงเดือนเมษายน 2547 การส่งออกผักและผลไม้ของไทยไปยังจีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.9 ในขณะที่ การนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 128.23 โดยภาพรวมไทยมีดุลการค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.95

ตารางที่ 2 สถิติการค้าผักและผลไม้ไทย และจีน

(หน่วย : ล้านบาท)

มูลค่า	ต.ค.45-เม.ย. 46	ต.ค.46-เม.ย. 47	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง
การส่งออกจากไทยไปจีน	4,346.75	5,647.90	29.90
การนำเข้าจากจีนมาไทย	2,274.71	3,141.60	128.23
ดุลการค้า	2,072.04	2,506.30	20.95
รวม	6,621.46	8,789.50	32.73

ที่มา : (กรมศุลกากร, 2547)

หลังการเปิดเสรีสินค้าผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีน เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2546 ส่งผลให้ การค้าผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีนขยายตัวในระดับสูงโดยการค้าระหว่างไทยและจีน ขยายตัว ร้อยละ 32.73

แม้จะมีการเปิดเสรีแต่ยังเป็นที่วิตกว่าในอนาคตอัตราการขยายตัวการผลิตผักและผลไม้ของ จีน จะรวดเร็วกว่าขยายตัวของความต้องการบริโภคภายในประเทศ เฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจีนต้องเปิด ตลาดนำเข้า ภายหลังจากที่เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ยิ่งไปกว่านั้นสิ่งที่น่าจับตามองคือ การ ผลิตผักและผลไม้ของจีนเองมีจุดแข็งคือ ต้นทุนผลิตต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะต้นทุน ค่าจ้างแรงงาน ราคาขายส่งผักผลไม้ในกรุงปักกิ่งมีราคาเพียง 1 ใน 10 ถึง 1 ใน 3 ของราคาส่งผักผลไม้ ในหลาย ๆ ประเทศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้น่าจะมีผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันของไทย

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นเหตุให้ผู้ทำการวิจัยสนใจที่จะศึกษาว่าศักยภาพการแข่งขัน การค้าส่งออกผักผลไม้ของประเทศไทยไปประเทศจีน โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในประเทศ ไทยเองคืออัตราส่วนแบ่งการตลาดของผักผลไม้ที่ต้องการศึกษาเมื่อเทียบกับสินค้าทั้งหมด และ อัตราการขยายตัวของการนำเข้าผักผลไม้ในประเทศจีน เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยัง พิจารณาถึงปัจจัยภายนอกคือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยในการส่งออกผักผล

ไม้ไปยังประเทศจีนเมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก หลังจากนั้นนำผลการศึกษามาพิจารณา ประกอบกันเพื่อหาศักยภาพการแข่งขันของผักผลไม้ที่ทำการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาวะทั่วไปของลักษณะตลาด คู่แข่งขัน และข้อตกลงร่วม ของการส่งออก ผักผลไม้จากประเทศไทยไปประเทศจีน
2. เพื่อศึกษาศักยภาพการแข่งขันของไทย ในการส่งออกผักผลไม้ไปยังจีน และวิเคราะห์ ศักยภาพการแข่งขัน ของผักผลไม้แต่ละชนิด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษานี้ทำให้ทราบถึงสภาวะทั่วไปของลักษณะตลาด และคู่แข่งขัน ของการส่งออกผักผลไม้จากไทยไปยังจีน ตลอดจนทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับตกลงร่วม เช่นเขตการค้าเสรี อีกทั้งปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหา ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพการส่งออกให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจ

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อทราบถึงสภาวะการส่งออกผักผลไม้ไทยไปยังจีนโดยได้เลือกศึกษาผักผลไม้ที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงในประเทศจีน และประเทศไทยได้ส่งออกผักและผลไม้ชนิดนั้น ๆ ไปยังจีน ในพิกัดอัตราศุลกากรระบบฮาร์โมนิ (Harmonize System :HS) 8 ชนิดได้แก่ HS 07102900 พืชผัก (ดิบหรือทำให้สุกโดยการนึ่งหรือต้ม) แซ่เย็นจนแข็ง HS 07131090 พืชผักตระกูลถั่วแห้งและเอาเปลือกออก จะลอกเยื่อหรือทำให้แยกจากกันหรือไม่ก็ตาม HS 07141020 มันสำปะหลัง HS 08011000 มะพร้าว สดหรือแห้ง จะเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม HS 08030000 ถั่วรวมถึงถั่ว สดหรือแห้ง HS 08043000 สับปะรด สดหรือแห้ง HS 08045020 มะม่วงสด หรือแห้ง HS 08051000 ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง โดยใช้ข้อมูลจาก World Trade Atlas กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ระยะเวลาของข้อมูลอยู่ในช่วงเดือน มกราคม 2538 ถึงธันวาคม 2547

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์

ศักยภาพการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในการส่งออก ผักผลไม้ ไปยังประเทศจีน เมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

การตรวจเอกสาร

รุ่งนภา (2546) ได้ศึกษาเขตการค้าเสรีไทย-จีน ผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าไทย ซึ่งสรุปได้ว่าการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียน/ไทยจีนนี้ แม้ว่ารัฐบาลไทยชุดปัจจุบันจะมีนโยบายให้การและเอกชนดำเนินการตาม โดยที่ทั้งสองภาคนี้ยังไม่มีความพร้อมก็ตาม แต่จะเห็นได้ว่าการทำเขตการค้าเสรีในแง่สินค้าเกษตรจะมีความเกี่ยวเนื่องกันอย่างมาก เพราะจีนมีการนำเข้าสินค้าจากการนำเข้าจากจีนส่วนใหญ่ เป็นพวกผลไม้ เช่น แอปเปิ้ล ข้าวโพด ซึ่งโดยภาพรวมแล้วจีนมีอัตราภาษีนำเข้าสูงกว่าไทย และมีมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTB) มากกว่าไทย เพราะฉะนั้นไทยค่อนข้างจะได้เปรียบในการทำเขตการค้าเสรีสินค้าเกษตร แต่ยังมีอุปสรรคที่ต้องแก้ไข ส่วนในด้านสินค้าอุตสาหกรรมไทยอาจจะได้ประโยชน์น้อย เนื่องจากรัฐบาลจีนให้การอุดหนุนการผลิตแก่ผู้ประกอบการโดยเน้นการผลิตขนาดใหญ่ (Mass Product) จีนมีการผลิตไปทิ้งไปได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากหากสินค้าใดไม่ได้มาตรฐานในการส่งออก ก็มีตลาดภายในรองรับได้อย่างเต็มที่ นอกจากนั้นการผลิตขนาดใหญ่ดังกล่าวยังเป็นผลให้สินค้าราคาถูกลงแล้ว การผลิตครั้งเดียวสามารถผลิตได้ปริมาณมากตามความต้องการของผู้บริโภคอีกด้วย สำหรับประเทศไทย สินค้าอุตสาหกรรมบางอย่างต้องการนำเข้าวัตถุดิบราคาถูก จีนจะเป็นแหล่งนำเข้าวัตถุดิบราคาถูกของไทยต่อไปอีกด้วย

ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2546) ได้ศึกษา ไทยกับเขตการค้าเสรีระดับทวิภาคี ซึ่งสรุปได้ว่าข้อตกลงเขตการค้าเสรีทวิภาคีขณะนี้ กำลังมีแนวโน้มคืบหน้าสำคัญ และมีบทบาทการค้าระหว่างประเทศอนาคต ซึ่งตามหลักการ ข้อตกลงเขตการค้าเสรีลดกีดกันการค้า มักรวมถึงข้อตกลงการลงทุน ทั้งรูปแบบภาษีและไม่ใช่ภาษี อย่างไรก็ดี การดำเนินการเจรจาเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายตั้งเขตการค้าเสรี ขณะนี้เป็นเพียงบทเริ่มต้นควรติดตามประเมินผล ศึกษาประโยชน์ และข้อจำกัดที่ไทยจะได้รับ ตลอดจนผลกระทบด้านอื่น ๆ ทางปฏิบัติต่อไป เพราะการตั้งเขตการค้าเสรีไม่ได้เป็นกลไกที่จะให้ผลประโยชน์สุทธิประเทศเสมอไป ขึ้นกับเงื่อนไขความพร้อมประเทศ และกลยุทธการเจรจาทางการค้า ระหว่างการทำเขตการค้าเสรี หากการวางกลยุทธ์เหมาะสม โครงสร้างธุรกิจภายในประเทศปรับตัว และพร้อมจะรองรับกระแสการค้าเสรีรูปแบบใหม่นี้ มูลค่าการค้าประเทศจะเพิ่มขึ้น จะเป็นพลังสำคัญผลักดันประเทศหลุดพ้นวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ รวมถึงจะสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการแข่งขันเพื่อการค้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเจริญเติบโตมีเสถียรภาพจากการส่งออกและการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ ที่สำคัญที่สุด ผลการตั้งเขตการค้าเสรีทวีภาคีจะทำให้ไทยและประเทศคู่ค้าต่าง ๆ รวมกันเป็นปีกแผ่น และสร้างอำนาจต่อรองเจรจาระดับพหุภาคีต่อไป ภายใต้กรอบข้อตกลงองค์การการค้าโลก และเกิดการแข่งขันเป็นธรรมชาติการผลิต ซึ่งสอดคล้องแนวทางการดำเนินงานองค์การการค้าโลก เพื่อส่งเสริมการส่งออก และเร่งเตรียมความพร้อมไทยให้สอดคล้องความเปลี่ยนแปลงจากการตั้งเขตการค้าเสรีต่อกัน ทั้งภาครัฐและเอกชนควรมีมาตรการส่งเสริมทั้งผลิตและการตลาดโดยเฉพาะสินค้าที่ไทยศักยภาพส่งออกสูง เป็นผลจากการปรับลดกีดกันประเทศคู่สัญญา อาทิ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป อุตสาหกรรมใช้แรงงานส่วนใหญ่ เช่น เครื่องแต่งกายและผลิตภัณฑ์จากหนัง หรือสินค้าใช้เทคโนโลยีระดับสูง ที่ผลิตได้ในประเทศ เช่น อุปกรณ์ไฟฟ้า ยานยนต์และชิ้นส่วน การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การจัดการและดำเนินธุรกิจ ด้วยการลงทุนซื้อเครื่องจักรใหม่ ใช้ระบบซัพพลายเชน (Supply Chain Management) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) เป็นต้น รวมทั้งปรับปรุงระบบและขั้นตอนให้บริการภาครัฐ รวมถึงอำนวยความสะดวกภาคเอกชน เช่น พิธีการศุลกากร คินภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้สอดคล้องความต้องการภาคผลิตและสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพและโอกาสตลาดการค้าให้กว้างขวาง

ศุภักษร และคณะ (2546) ศึกษาเรื่องโครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมภายใต้กรอบความร่วมมือด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ ผลการศึกษาถึงการวัดขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในตลาดโลกด้วยดัชนี RCA ในช่วงระหว่างปี 1995-2000 พบว่า หมวดสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ อุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋อง และอาหารทะเลอื่น ๆ อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ยางพารา อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

Athukorala and Suphat (2004) ศึกษาเรื่องความสามารถในการส่งออกของประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ (Post-crisis Export Performance in Thailand) ในช่วงระหว่างปี 1990-94 และ 1998-2001 พบว่ารายการสินค้าไทยที่มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น ได้แก่ อาหารสัตว์ ปอกระเจา เส้นใย หนังฟอก เส้นด้าย ผ้าฝ้าย เครื่องปั้นดินเผา เครื่องใช้ในครัวเรือน ประเภทโลหะ เครื่องจักรในสำนักงาน เครื่องจักรพลังไฟฟ้า เครื่องมือสื่อสาร เครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องจักรไฟฟ้า สำหรับสินค้าไทยรายการใหม่ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ หรือมีความสามารถในการส่งออกในช่วงระยะเวลาเดียวกัน ได้แก่ ผลไม้แห้ง พลาสติก แร่ และถลุงโลหะ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษา

บทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ คือ แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage) และแนวคิดของ The Boston Consulting Group (BCG Matrix) และส่วนสุดท้ายจะกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีวิเคราะห์ข้อมูล

แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ (The pure theory of international trade) เริ่มมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2358 โดยนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก อธิบายว่า ประเทศนั้น ๆ ควรจะผลิตสินค้าและค้าสินค้าอะไร และมีแนวความคิดเช่นเดียวกับแนวความคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ คือ ประเทศหนึ่งจะส่งออกสินค้าที่มีประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิตที่สูงกว่าหรือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า และนำเข้าสินค้าที่ประเทศมีประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ แนวความคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตชนิดเดียว นั่นคือแรงงาน ซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ และแรงงานแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้น

งานวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถแข่งขันในการส่งออกของสินค้าไทยพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ใช้ดัชนีชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed comparative advantage: RCA) ของ Balassa (1965) เป็นเครื่องมือวัดระดับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าแต่ละรายการ ทำให้สามารถเห็นภาพกว้าง ๆ ของการส่งออกสินค้า k ของประเทศหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งออกสินค้า k ของทั่วโลก

ดัชนีชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ คำนวณจากสูตรดังนี้

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w}$$

โดยที่ RCA_{ik} คือ ค่า RCA ของสินค้า k ของประเทศ i

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

X_{ik}	คือ	มูลค่าส่งออกของสินค้า k ของประเทศ i
X_i	คือ	มูลค่าส่งออกทั้งหมดของประเทศ i
X_{wk}	คือ	มูลค่าส่งออกของสินค้า k ของทั่วโลก
X_w	คือ	มูลค่าส่งออกทั้งหมดของโลก

จากสูตรการคำนวณค่า RCA พบว่า ค่า RCA จึงเป็นค่าที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศหนึ่งต่อสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของทุกประเทศทั่วโลก ซึ่งถ้าค่า $RCA > 1$ จะกล่าวได้ว่าประเทศ i อยู่ในฐานะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ในทางกลับกัน ถ้าค่า $RCA < 1$ จะกล่าวได้ว่าประเทศ i อยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k

การนำค่า RCA มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้น จะใช้เฉพาะข้อมูลการนำเข้าหรือการส่งออก แต่ยังไม่ได้เป็นการเชื่อมโยงให้ทราบถึงกระบวนการผลิตของสินค้าชนิดนั้น และยังไม่สามารถแสดงผลของมาตรการทางการค้า เช่น มาตรการกีดกันทางการค้าทั้งมาตรการภาษี และมีใช้ภาษี ที่ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรในแต่ละประเทศออกมาได้ การใช้ค่า RCA ทำให้ทราบถึงความได้เปรียบ หรือไม่มีความได้เปรียบในการนำเข้าหรือส่งออก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่าง ๆ แต่ไม่สามารถทราบว่าศักยภาพภายในของประเทศตนเองเป็นอย่างไร มีอุปสรรคใดขัดขวางความสามารถในการนำเข้าหรือส่งออก นอกจากนี้ค่า RCA อาจไม่สามารถแสดงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่แท้จริงเนื่องจากแบบแผนสัดส่วนการส่งออกสินค้าของประเทศต่าง ๆ และของโลก อาจถูกบิดเบือนไปโดยมาตรการทางการค้าต่าง ๆ ทั้งโดยการอุดหนุนและโดยการคุ้มครอง ทำให้ฐานข้อมูลที่ใช้ในการเปรียบเทียบ มีผลของการบิดเบือนนี้แอบแฝงอยู่และอาจให้ผลที่ไม่ได้แสดงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่แท้จริง เพื่อขจัดปัญหาดังกล่าวจึงควรพิจารณาถึงนโยบายการคุ้มครองและมาตรการทางการค้าของสินค้าชนิดนั้น สำหรับการศึกษานี้ไม่ได้ศึกษาถึงรายละเอียดดังกล่าวเนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องเวลา และข้อมูล

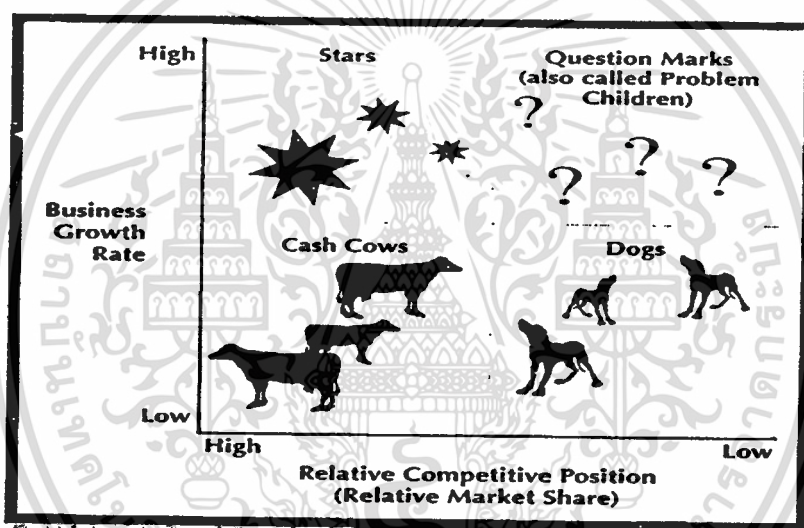
แนวคิดของ The Boston Consulting Group (BCG) Matrix

หน่วยที่เป็นอิสระหรือศูนย์กำไรของบริษัทที่มีการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน จึงทำให้กลยุทธ์ต่าง ๆ จำต้องได้รับการพัฒนาขึ้นสำหรับธุรกิจแต่ละแห่ง The Boston Consulting Group (BCG) Matrix และ The Internal-External (IE) Matrix ถูกออกแบบมาโดยเฉพาะเจาะจงเพื่อเพิ่มพูนความพยายามในการจัดสร้างกลยุทธ์ขององค์กรที่มีหลายหน่วย (Multidivisional Firm)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

The BCG Matrix ดังแสดงในภาพที่ 1 ได้เสนอภาพความแตกต่างของหน่วยในรูปแบบของ ตำแหน่งส่วนแบ่งการตลาดสัมพัทธ์ (Relative Market Share Position) และอัตราการเติบโตของ อุตสาหกรรม (Industry Growth Rate) The BCG Matrix ทำให้องค์กรที่มีหลายหน่วยสามารถจัดสรรการลงทุนของธุรกิจได้ โดยทำการตรวจสอบตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์ และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมของแต่ละหน่วยสัมพันธ์กับหน่วยทั้งหมดในองค์กรหรือบริษัท

ตำแหน่งส่วนแบ่งการตลาดสัมพัทธ์ (Relative Market Share Position) ถูกนิยามคือ อัตราส่วนแบ่งการตลาดของหน่วยนั้นในอุตสาหกรรมหนึ่ง ต่อส่วนแบ่งตลาดที่ยึดครองโดยบริษัทคู่แข่งรายใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมนั้น

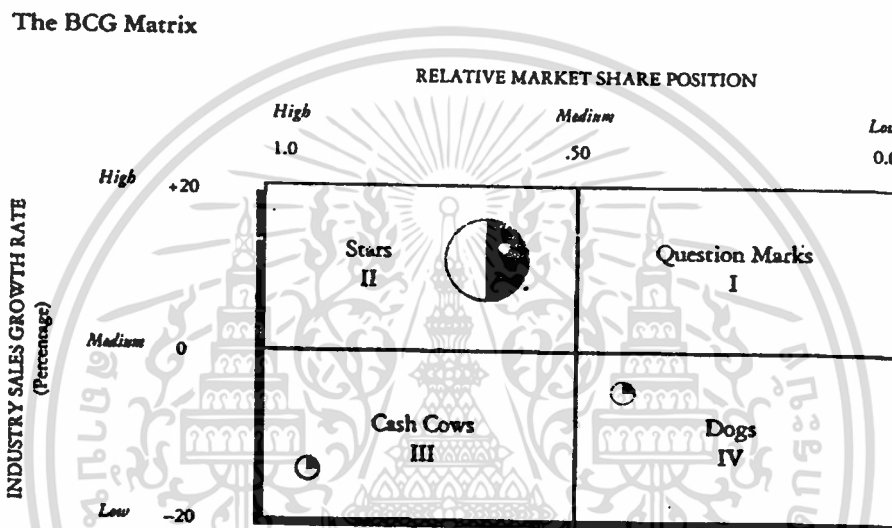


ภาพที่ 1 The Bosting Consulting Group (BCG) Portfolio Matrix
ที่มา : (Boston Consulting Group, 1970)

ในภาพที่ 2 ตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์กำหนดให้อยู่บนแกน x ของ The BCG Matrix จุดกึ่งกลางบนแกน x นั้น โดยทั่วไปกำหนดที่ 50 หมายความว่า หน่วยนั้นมีส่วนแบ่งตลาดเป็นครึ่งหนึ่งของผู้นำการตลาดในอุตสาหกรรมนั้น สำหรับแกน y นั้นแสดงถึงอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมในรูปของยอดขาย (Sales) วัดออกมาในรูปของร้อยละ (Percentage Term) อัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละบนแกน y สามารถกำหนดจากร้อยละ -20 ถึง +20 กำหนดให้ 0.0 เป็นจุดกึ่งกลาง ตัวอย่างที่ยกมา เป็นตัวเลขที่นิยมใช้กันมาก แต่ตัวเลขอื่น ๆ ก็สามารถกำหนดได้ให้เหมาะสมกับแต่ละองค์กร ซึ่งจะขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างของ BCG Matrix ที่แสดงในภาพที่ 2 นั้น แต่ละวงกลมแสดงถึงหน่วยธุรกิจ ขนาดของวงกลมแสดงถึงสัดส่วนของรายได้ที่หน่วยหรือหน่วยธุรกิจนั้นทำให้แก่บริษัท และส่วนที่แรงเงาในรูปวงกลม (Pie Slice) แสดงถึงสัดส่วนของกำไรที่หน่วยนั้นทำได้ หน่วยที่อยู่ในตำแหน่ง ควอทแรนท์ที่ I ของ The BCG Matrix เรียกว่าปริศน (Question Marks) หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งหน่วย II เรียกว่าดาวรุ่ง (Stars) หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งควอทแรนท์ที่ III เรียกว่า วัวทำเงิน (Cash Cows) และหน่วยที่อยู่ในตำแหน่ง ควอทแรนท์ที่ IV เรียกว่าสุนัข (Dogs)



ภาพที่ 2 The BCG Matrix

ที่มา : (Adapted from Boston Consulting group, 1974)

ตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์กำหนดให้อยู่บนแกน x ของ The BCG Matrix จุดกึ่งกลางบนแกน x นั้น โดยทั่วไปกำหนดที่ 50 หมายความว่า หน่วยนั้นมีส่วนแบ่งตลาดเป็นครึ่งหนึ่งของผู้นำการตลาดในอุตสาหกรรมนั้น สำหรับแกน y นั้นแสดงถึงอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมในรูปของยอดขาย (Sales) วัตถุประสงค์ออกมาในรูปของร้อยละ (Percentage Term) อัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละบนแกน y สามารถกำหนดจากร้อยละ -20 ถึง +20 กำหนดให้ 0.0 เป็นจุดกึ่งกลาง ตัวอย่างที่ยกมา เป็นตัวเลขที่นิยมใช้กันมาก แต่ตัวเลขอื่น ๆ ก็สามารถกำหนดได้ให้เหมาะสมกับแต่ละองค์กร ซึ่งจะขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ด้วย

ปริศน (Question Marks) คือ หน่วยในควอทแรนท์ I มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์ต่ำ แต่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง โดยทั่วไปความต้องการเงินสดของหน่วยนี้มีอยู่สูง และก่อให้เกิดกระแสเงินสดต่ำ หรือธุรกิจนี้เรียกว่า ปริศน เพราะว่าองค์กรจำเป็นต้องตัดสินใจว่า จะทำให้อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มันเข้มแข็งขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่า Intensive Strategy (Market Penetration, Market Development, or Product Development) หรือขายธุรกิจนี้

ดาวรุ่ง (Stars) คือ หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งในควอทแรนต์ II แสดงให้เห็นถึงโอกาสที่ดีที่สุดที่จะเติบโตและทำให้กำไรในระยะยาวขององค์กรหรือบริษัท หน่วยที่มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสูง ควรได้รับการลงทุนอย่างจริงจัง เพื่อรักษาหรือทำให้ตำแหน่งแข็งแกร่งยิ่งขึ้น กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับหน่วยนี้ ได้แก่ Forward, Backward and Horizontal Integration Market Penetration Market Development Product Development and Joint Ventures

วัวทำเงิน (Cash Cows) คือ หน่วยที่อยู่ในตำแหน่งในควอทแรนต์ III มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง แต่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตต่ำ เรียกว่า Cash Cows เพราะหน่วยนี้ก่อให้เกิดเงินสดมากกว่าความต้องการใช้เงินสด บ่อยครั้งที่มักเรียกว่า Milked ธุรกิจ วัวทำเงิน วันนี่คือ ธุรกิจ ดาวรุ่ง เมื่อวานนี้หน่วย ธุรกิจวัวทำเงิน ควรได้รับการจัดการ เพื่อรักษาตำแหน่งที่เข้มแข็งให้นานเท่าที่จะนานได้ กลยุทธ์ Product Development or Concentric Diversification อาจเป็นกลยุทธ์ที่น่าสนใจสำหรับ Strong Cash Cows อย่างไรก็ตาม Cash Cows หน่วย จะกลายเป็น Weak Cash Cows ดังนั้นกลยุทธ์ Retrenchment or Divestiture อาจเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้

สุนัข (Dogs) คือ หน่วยที่อยู่ในตำแหน่ง ในควอทแรนต์ IV ขององค์กรมีตำแหน่งส่วนแบ่งความสัมพัทธ์ต่ำ และทำการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตช้า หรือไม่เติบโต (Slow or No Market-Growth Industry) ที่เรียกว่าสุนัข เพราะตำแหน่งที่อ่อนแอทั้งภายในและภายนอก ธุรกิจเหล่านี้จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ Liquidated, Divested or Retrenchment เมื่อหน่วยกลายเป็น สุนัขใหม่ ๆ กลยุทธ์ Retrenchment เป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุด เพราะหน่วยสุนัข อาจกลับฟื้นขึ้นมาใหม่ ภายหลังจากการลดต้นทุนและกลายเป็นหน่วยที่ทำกำไรได้

The BCG Metrix ก็มีข้อจำกัดบางประการ กล่าวคือ การพิจารณาธุรกิจออกเป็น 4 กลุ่มนั้นง่ายเกินไป หลายธุรกิจอาจตกอยู่กึ่งกลางของ BCG Metrix ซึ่งยากที่จะจำแนกได้ นอกจากนี้ การเชื่อมโยงระหว่างส่วนแบ่งตลาด และความสามารถในการทำกำไรไม่ชัดเจน สินค้าที่ส่วนแบ่งการตลาดต่ำ อาจมีผลกำไรมากได้ และอัตราการเจริญเติบโตเป็นปัจจัยเดียวของการวิเคราะห์ รวมทั้งส่วนแบ่งการตลาดก็เป็นเพียงปัจจัยเดียวของตำแหน่งการแข่งขัน สินค้า 1 ชนิดไม่ได้มีการแข่งขันเฉพาะคู่แข่งเพียงรายเดียวที่เป็นผู้นำตลาด คู่แข่งขนาดเล็กที่มีส่วนแบ่งในตลาดที่เติบโตสูงไม่ได้นำมาศึกษาด้วย จากข้อจำกัดดังกล่าว ซึ่งเป็นการพิจารณาปัจจัยเฉพาะศักยภาพภายในตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้า จึงได้เพิ่มการวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบด้านความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยด้วยแนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage (RCA)

วิธีการศึกษา

การศึกษามูลค่าการนำเข้าผักผลไม้จากประเทศต่าง ๆ มายังประเทศจีน ในช่วงเวลาดังแต่เดือนมกราคม 2538 จนถึงเดือนธันวาคม 2547 โดยใช้ข้อมูลจาก World Trade Atlas กรมส่งเสริมการส่งออก โดยมีวิธีการศึกษาเป็นลำดับขั้นตอน ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดในส่วนต่อไป

เนื่องจากแนวความคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage : RCA) สามารถใช้ศึกษาว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผักผลไม้ไปยังจีนในระดับใดเพื่อให้ข้อมูลถูกต้อง สามารถเชื่อถือได้ และง่ายต่อการคำนวณ จึงประยุกต์สูตรการคำนวณเดิมซึ่งใช้มูลค่าการส่งออก มาเป็นมูลค่าการนำเข้า โดยการนำมูลค่าการนำเข้าผักและผลไม้ 8 ชนิด ของประเทศจีนจากประเทศไทย เปรียบเทียบกับมูลค่าการนำเข้าผักและผลไม้ของประเทศจีนจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ผักและผลไม้ที่นำมาศึกษาได้แก่ ผักและผลไม้ในพิกัดอัตราศุลกากรระบบฮาร์โมนไนซ์ (HS) 07102900 พืชผัก (ดิบหรือทำให้สุกโดยการนึ่งหรือต้ม) แขนงอื่นจนแข็ง HS 07131090 พืชผักตระกูลถั่วแห้งและเอาเปลือกออก จะลอกเยื่อหรือทำให้แยกจากกันหรือไม่ก็ตาม HS 07141020 มันสำปะหลัง HS 08011000 มะพร้าวสดหรือแห้ง จะเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม HS 08030000 กลัวยรวมถึงกลัวยสดหรือแห้ง HS 08043000 สับปะรดสดหรือแห้ง HS 08045020 มะม่วงสดหรือแห้ง และ HS 08051000 ผลไม้จำพวกส้มสดหรือแห้ง โดยมีสูตรคำนวณที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w}$$

โดยที่ RCA_{ik}	คือ	ค่า RCA ของผักและผลไม้ ของประเทศ จีน
X_{ik}	คือ	มูลค่าการนำเข้าของผักและผลไม้ ของประเทศ จีนจากไทย
X_i	คือ	มูลค่าการนำเข้าของประเทศจีนในทุกสินค้าจากไทย
X_{wk}	คือ	มูลค่าการนำเข้าของผักและผลไม้ของประเทศจีน จากทั่วโลก
X_w	คือ	มูลค่าการนำเข้าของประเทศจีนในทุกสินค้าจากทั่วโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากสูตรการคำนวณค่า RCA พบว่าค่า RCA จึงเป็นค่าที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสัดส่วนการนำเข้าผักผลไม้จากประเทศไทยต่อการนำเข้าสินค้าทุกชนิดจากทั่วโลกและสัดส่วนการนำเข้าผักผลไม้จากทั่วโลกต่อการนำเข้าสินค้าทุกชนิดจากทั่วโลก ซึ่งถ้าค่า $RCA > 1$ จะกล่าวได้ว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผักผลไม้ แต่ถ้าค่า $RCA < 1$ จะกล่าวได้ว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าผักและผลไม้

เมื่อได้ค่า RCA ของผักผลไม้แต่ละชนิดในแต่ละปีที่ศึกษา สามารถนำมาหาภาพรวมค่า RCA ของผักผลไม้แต่ละชนิด โดยหาค่า RCA เฉลี่ยโดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$RCA \text{ เฉลี่ย} = \frac{\text{ผลรวมค่า RCA}}{\text{จำนวนปีที่มีข้อมูล}}$$

สำหรับแนวคิด The Boston Consulting Group (BCG) Matrix สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์การแข่งขัน โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการขยายตัวของ การส่งออกผักและผลไม้แต่ละชนิด (Growth Rate of The Product) และส่วนแบ่งการส่งออกของผักผลไม้แต่ละชนิด (Market Share)

อัตราส่วนแบ่งการตลาด = สัดส่วนของมูลค่าสินค้านำเข้า k ต่อมูลค่าสินค้าทั้งหมดปีล่าสุด

อัตราการขยายตัว = $\frac{\text{ค่าเฉลี่ยการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าผักและผลไม้นำเข้าปี } (t+1) \text{ กับปี } t}{\text{มูลค่าการนำเข้าผักและผลไม้ปี } t}$

ตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดกำหนดให้อยู่บนแกน X ของ The BCG Matrix จุดกึ่งกลางบนแกน X นั้นสามารถหาได้จากสูตรการคำนวณอัตราส่วนแบ่งการตลาด โดยมูลค่าการนำเข้าสินค้า k ในสูตรการคำนวณจะแทนค่าด้วยมูลค่าการนำเข้าผักและผลไม้ทุกชนิด

สำหรับแกน Y นั้นแสดงถึงอัตราการขยายตัว จุดกึ่งกลางบนแกน Y สามารถหาได้จากสูตรการคำนวณอัตราส่วนขยายตัวโดยมูลค่าผักและผลไม้คือมูลค่าผักและผลไม้ทุกชนิด

การหาค่าอัตราส่วนแบ่งการตลาดสำหรับผักและผลไม้ที่ต้องการศึกษา ให้แทนค่ามูลค่าสินค้านำเข้า k ด้วยมูลค่าผักและผลไม้ที่ต้องการศึกษา แลการหาค่าอัตราการขยายตัว ให้แทนค่ามูลค่าผักและผลไม้ด้วยมูลค่าผักและผลไม้ที่ต้องการศึกษา

นำค่าที่ได้มาเปรียบเทียบกับค่ากลางเพื่อศึกษาว่าผักและผลไม้ที่ทำการศึกษาดกอยู่ในตำแหน่งใด มีส่วนแบ่งการตลาด และอัตราการขยายตัวเป็นเช่นใด โดยตำแหน่งต่าง ๆ ที่กำหนดได้แก่ปรคนี้ หมายถึง ผักผลไม้ที่ทำการศึกษามีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพันธ์ต่ำ แต่แข่งขันในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง ต้องตัดสินใจว่า จะทำให้เข้มแข็งขึ้นหรือขายธุรกิจนี้ สำหรับ ตำแหน่งดาวรุ่ง แสดงให้เห็นถึงโอกาสที่ดีที่สุดที่จะเติบโตและทำให้กำไรในระยะยาว มีตำแหน่ง ส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสูง ควรได้รับการลงทุนอย่างจริงจัง เพื่อรักษาหรือทำให้ตำแหน่งแข็งแกร่งยิ่งขึ้น ส่วนตำแหน่งวัวทำเงิน มีส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง แต่ แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตต่ำ เรียกว่า วัวทำเงิน เพราะว่าหน่วยนี้ก่อให้เกิดเงินสด มากกว่าความต้องการใช้เงินสด ควรรักษาตำแหน่งที่เข้มแข็งให้นานเท่าที่จะนานได้ และสุดท้าย ตำแหน่งสุนัข มีตำแหน่งส่วนแบ่งความสัมพันธ์ต่ำ และทำการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการ เติบโตช้า หรือไม่เติบโต (Slow or No Market-Growth Industry) ที่เรียกว่า สุนัข เพราะว่าตำแหน่ง ที่อ่อนแอทั้งภายในและภายนอก

เมื่อได้ผลลัพธ์ของค่า RCA และค่า BCG แล้ว นำทั้ง 2 ค่ามาพิจารณาศักยภาพรวมของ ผักและผลไม้แต่ละชนิดดังแสดงในภาพที่ 3 มีรายละเอียดดังนี้

สินค้าที่ตกอยู่ในเขต III และ IV เป็นสินค้าที่มีศักยภาพที่เป็นเลิศมีศักยภาพสูง และมีความได้ เปรียบโดยเปรียบเทียบ ส่วนสินค้าที่ตกอยู่ในเขต V เป็นสินค้าที่มีศักยภาพต่ำ และไม่มีควมได้เปรียบโดย เปรียบเทียบสินค้าที่ตกอยู่ในเขต I , II และ VI มีตำแหน่งศักยภาพที่ต่ำและไม่ชัดเจนว่าจะพัฒนา ศักยภาพได้ดีอีกทั้งสินค้าในเขต VI ยังไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่สินค้าในเขต I และ II มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่ไม่มีศักยภาพที่ตึ้นัก สินค้าที่ตกอยู่ในเขต VII ศักยภาพไม่ ชัดเจน และไม่มีควมได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และ VIII เป็นตำแหน่งที่มีศักยภาพ แต่ไม่มีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

		สุนัข	วัวทำเงิน	ปรีศนี	ดาวรุ่ง
RCA > 1 ค่าเพิ่มขึ้น	(+)	สรุปไม่ได้ 2 I	สรุปไม่ได้ 1 II	ศักยภาพสูง III	ศักยภาพ สูงมาก IV
RCA < 1 ค่าลดลง	(-)	ศักยภาพต่ำ V	ศักยภาพ ต่ำมาก VI	สรุปไม่ได้ 3 VII	ศักยภาพ ปานกลาง VIII

ภาพที่ 3 ตัวอย่างของ Portfolio Matrix for Plotting Product by Country

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากเอกสารวิชาการ ข้อมูลงานวิจัย การศึกษาที่มีผู้รวบรวมไว้ก่อนแล้ว เว็บไซต์ ข้อมูล World Trade Atlas ของกรมส่งเสริมการส่งออก ซึ่งประกอบไปด้วยมูลค่าการนำเข้า และส่งออกผักและผลไม้ของประเทศจีนจากประเทศต่าง ๆ ในช่วงเวลายมกราคม 2538 ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2547

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมมาได้โดยแสดงในรูปของตารางมูลค่าการนำเข้า มูลค่าการส่งออก ค่าเฉลี่ยสัดส่วนเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละและค่าเฉลี่ย จากนั้นใช้แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA) เพื่อศึกษาฐานะความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผักผลไม้ และใช้แนวคิดของ The Boston Consulting Group (BCG) Matrix วิเคราะห์ร่วมกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA) สิ่งที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ โอกาสการขยายการส่งออกผักผลไม้จากไทยไปยังจีน และเปรียบเทียบด้านความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยของสินค้าผักผลไม้

บทที่ 3

สภาพทั่วไปการส่งออกผักผลไม้

บทนี้จะกล่าวถึงสภาพทั่วไปของการส่งออกผักผลไม้จากไทย ไปยังจีน ซึ่งประกอบไปด้วย นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก การจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย-จีน โครงสร้างการนำเข้าของประเทศจีน สภาพการส่งออกของประเทศไทย และ อุปสรรคในการส่งออกผักผลไม้จากไทยไปยังจีน

นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก

ในปี พ.ศ.2548 รัฐบาลมีนโยบายที่จะให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในการสร้างรายได้จากการส่งออกเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโต พัฒนาความรู้ความสามารถแก่ภาคเอกชน ในด้านการค้าระหว่างประเทศเพื่อส่งเสริมสมรรถภาพในการส่งออก ตลอดจนประสานงานและให้ความร่วมมือแก่สถาบันและองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออก โดยใช้กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพสินค้าและธุรกิจบริการ นอกจากนี้จะสานต่อการจัดทำข้อตกลงการค้าเสรีกับประเทศต่าง ๆ เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศโดยรวม การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการ ไทยอย่างต่อเนื่อง และการดำเนินนโยบายการตลาดเชิงรุกทั้งในตลาดเดิมและตลาดใหม่ เพื่อส่งเสริมให้สินค้าและบริการ ของไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับ อย่างแพร่หลายจากผู้บริโภคในต่างประเทศ

จากนโยบายรัฐบาล จะเห็นได้ว่ารัฐบาลสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จึงได้เกิดการจัดตั้งเขตการค้าเสรีขึ้น โดยเขตการค้าเสรีไทย-จีนนั้น รัฐบาลเห็นว่าไทยมีศักยภาพในการส่งออกผักผลไม้ จึงมีผักผลไม้ นำร่องในการลดภาษีศุลกากรให้เหลือร้อยละศูนย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย-จีน

นโยบายการค้าเสรีไม่สนับสนุนการเก็บภาษีศุลกากรในอัตราที่สูง และจัดซื้อบังคับต่าง ๆ ที่กีดกันการค้าระหว่างประเทศ โดยจะไม่เก็บภาษีค้ำกันเพื่อคุ้มครองช่วยเหลืออุตสาหกรรมในประเทศ และไม่มีข้อจำกัดทางการค้าที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ

การจัดตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างไทยและจีน เริ่มจากการที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (ดร.อดิศักดิ์ โพธารามิก) ร่วมกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์สาธารณรัฐประชาชนจีน (Mr.Lu Fuyuan) ลงนามในความตกลงเร่งลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ ระหว่างไทย-จีน เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2546 ณ Diaoyuthai State Guest House กรุงเทพฯ สาธารณรัฐประชาชนจีน สาระสำคัญของความตกลงครอบคลุมเรื่องการลดภาษีสินค้าผัก และผลไม้ทุกรายการตามพิกัดศุลกากร ตอนที่ 07-08 (116 รายการ ตามพิกัดศุลกากร 6 หลัก) ให้เหลือร้อยละศูนย์ ภายในวันที่ 1 ตุลาคม 2546

เงื่อนไขในการจัดตั้งเขตการค้าเสรีไว้กำหนดว่าจะต้องจัดอัตราภาษี ค่าธรรมเนียม และข้อจำกัดทางการค้าทั้งหลาย ระหว่างประเทศสมาชิกเขตการค้าลงอย่างมาก (Substantially all The Trade) เท่านั้น แต่แต่ละประเทศสามารถกำหนดอัตราภาษี ค่าธรรมเนียม และจำกัดทางการค้าที่ใช้กับประเทศที่มีได้เป็นสมาชิกเขตการค้าได้โดยอิสระ แต่อัตราหรือระดับของอัตราภาษี ค่าธรรมเนียม และข้อจำกัดทางการค้า จะต้องไม่สูงหรือเข้มงวดกว่าเดิมก่อนที่จะเข้ามาร่วมกันจัดตั้งเขตการค้าเสรี

เขตการค้าเสรี หมายถึง การรวมกลุ่มเศรษฐกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างกันภายในกลุ่ม ที่ทำข้อตกลงให้เหลือน้อยที่สุด หรือเป็นร้อยละและใช้อัตราภาษีปกติที่สูงกว่ากับประเทศนอกกลุ่ม การทำเขตการค้าเสรีในอดีตมุ่งในด้านการเปิดเสรีด้านสินค้า (Goods) โดยการลดภาษีและอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีเป็นหลัก แต่เขตการค้าเสรีในระยะหลัง ๆ นั้น รวมไปถึงการเปิดเสรีด้านบริการ (Service) และการลงทุนด้วย

การจัดตั้งเขตการค้าเสรี จะทำให้เกิดสิทธิพิเศษการค้าและการลงทุนประเทศที่ร่วม โดยไม่ขัดต่อองค์การการค้าโลก หากปฏิบัติตามเงื่อนไข ซึ่งจะช่วยให้ขยายการค้า และการลงทุนระหว่างประเทศ ที่ร่วมตั้งเขตการค้าเสรี ขณะเดียวกัน ย่อมส่งผลกระทบต่อประเทศนอกกลุ่ม ที่จะถูกกีดกันการค้า และการลงทุน จึงเป็นแรงกระตุ้นพิจารณาตั้งเขตการค้าเสรี กับประเทศอื่นด้วย หลายประเทศใช้การตั้งเขตการค้าเสรี เป็นยุทธวิธีสร้างพันธมิตรเศรษฐกิจ และการเมือง รวมทั้งสร้างฐานขยายการค้า และการลงทุนกับประเทศ หรือกลุ่มประเทศภูมิภาคอื่น ๆ ห่างไกล

หลักการเลือกประเทศที่จะทำการค้าเสรี เพื่อให้การพัฒนาความสัมพันธ์การค้าระหว่างประเทศไม่เสียเปรียบต่อกัน หลักการพิจารณาสำคัญ ได้แก่ สถานะประเทศคู่ค้า เช่น ขนาดและความเติบโตเศรษฐกิจ จำนวนประชากร อำนาจซื้อ รายได้ต่อจำนวนประชากร ศักยภาพการค้าและการลงทุน ควรอยู่ระดับเหมาะสม และไม่แตกต่างกันมากเกินไป

การเจรจาจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย-จีนเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปีพ.ศ.2545 โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 กรอบ คือ 1) กรอบภูมิภาค ซึ่งอยู่ภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน โดยมีไทยเป็นหัวหน้าคณะเจรจาฝ่ายอาเซียน ครอบคลุมการเปิดเสรีสินค้า บริการ การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจ 2) กรอบทวิภาคี เขตการค้าเสรีไทย-จีน ซึ่งดำเนินการภายใต้กรอบการค้าเสรี อาเซียน-จีน โดยเร่งให้มีผลการเปิดเสรีที่เร็วกว่ากรอบ อาเซียน-จีน

จีน เป็นประเทศเป้าหมายที่ไทยให้ความสำคัญทำเขตการค้าเสรี เนื่องจากพิจารณาเห็นว่า เป็นประเทศที่มีศักยภาพที่ไทยจะส่งออกสินค้าได้มาก การจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย-จีน ย่อมส่งผลกระทบต่อ การส่งออกผักและผลไม้ของไทย จากการที่ได้มีข้อตกลงครอบคลุมเรื่องการลดภาษีสินค้าผัก และผลไม้ทุกรายการตามพิกัดศุลกากรตอนที่ 07-08 (116 รายการ ตามพิกัดศุลกากร 6 หลัก) ให้เหลือ 0% ภายในวันที่ 1 ตุลาคม 2546 นั้น ภายใต้ความตกลงดังกล่าว ผู้ประกอบการส่งออกหรือนำเข้าผักและผลไม้จะสามารถส่งออกไปยังประเทศจีนหรือนำเข้ามายังประเทศไทย โดยได้รับสิทธิพิเศษในการลดภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละศูนย์ จากเดิมที่มีการเสียภาษีอยู่ประมาณร้อยละ 7 - 36 (ประเทศจีน) และร้อยละ 60 (ประเทศไทย) ทั้งนี้มีเงื่อนไขและวิธีปฏิบัติดังนี้

1. ผักและผลไม้ที่ส่งออกหรือนำเข้าจะต้องเป็นผักและผลไม้ที่มีการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวได้ภายในประเทศไทยหรือประเทศจีนทั้งหมดเท่านั้น

2. การส่งออกหรือนำเข้าจะต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) ผู้ประกอบการส่งออกหรือนำเข้า เพื่อแสดงต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรก่อนจึงจะได้รับสิทธิพิเศษดังกล่าว สำหรับการขอเอกสารประกอบการส่งออกหรือนำเข้าของทุกมาตรการที่มีการดูแลยังคงให้มีการดำเนินเหมือนเดิม กล่าวคือสินค้าส่งออกจากประเทศไทยใช้แบบหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าทั่วไป (Certificate of Origin) หรือ C/O ทั่วไป ที่เพิ่มตราประทับข้อความ VEGETABLE AND FRUIT PRODUCTS OF THAILAND และสำหรับสินค้านำเข้าจากประเทศจีนใช้แบบฟอร์ม A

3. สินค้านำเข้า กรณีสินค้าที่เปิดตลาดตาม WTO ได้แก่ กระเทียม หอมหัวใหญ่ หัวมันฝรั่ง ลำไยแห้ง และมะพร้าว จะลดอัตราภาษีเป็นร้อยละ 0 เฉพาะในปริมาณในโควตาเท่านั้น

4. สินค้าส่งออก ผู้ประกอบการส่งออกสามารถขออนุญาตหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดได้จากทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด โดยในเขตกรุงเทพมหานครสามารถติดต่อได้ดังนี้

4.1 สำนักบริการการค้าต่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ ถนนสนามบินน้ำ จังหวัดนนทบุรี โทร. 0 2547 4753 e-mail: eximdfit@moc.go.th

4.2 อาคารคลังสินค้า 2 ท่าอากาศยานกรุงเทพ โทร. 0-2504-2713-4

4.3 อาคารกองตรวจสินค้าขาออก ท่าเรือกรุงเทพ โทร. 0-2249-2106, 0-2249-3978

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ กรมส่งเสริมการส่งออก ถนนรัชดาภิเษก 0-2512-0123 ต่อ 817-8

สำหรับต่างจังหวัดสามารถติดต่อได้ดังต่อไปนี้

1. สำนักงานการค้าต่างประเทศ เขต 1 จังหวัดเชียงใหม่ โทร. 0-5327-4671-2 e-mail: oftcm@moc.go.th

2. สำนักงานการค้าต่างประเทศ เขต 2 จังหวัดสงขลา โทร. 0-7425-2501-2 e-mail: oftsl@mail.cscoms.com

3. สำนักงานการค้าต่างประเทศ เขต 3 จังหวัดชลบุรี โทร. 0-3834-1173-4 e-mail: oftcb@hotmail.com

4. สำนักงานการค้าต่างประเทศ เขต 4 จังหวัดสระแก้ว โทร. 0-3742-5062-3 e-mail: oftstk@thaimail.com

5. สำนักงานการค้าต่างประเทศ เขต 5 จังหวัดหนองคาย โทร. 0-4241-3373-6

ผู้ส่งออกรายใหม่จะต้องยื่นคำร้องขอมิบัติประจำตัวผู้ส่งออก-นำเข้าสินค้าทั่วไป เพื่อใช้ในการติดต่อขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าโดยผู้ส่งออกสามารถยื่นคำร้องขอทำบัตรประจำตัวและคำร้องขอหนังสือรับรองฯ ดังกล่าวได้จากหน่วยงานดังกล่าวข้างต้น หรือสอบถามเพิ่มเติมได้ทางโทรศัพท์หมายเลข 0-2547-4753-4 , 0-2547-4831-2

โครงสร้างการนำเข้าของประเทศจีน

โครงสร้างการนำเข้าของประเทศจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา จากตารางที่ 3 พบว่าปี 2544 ประเทศจีนนำเข้าสินค้าจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก คิดเป็นมูลค่า 243,562.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด จนกระทั่งปี 2547 มีมูลค่าเป็น 560,811.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 32 ต่อปี

ในส่วนของประเภทสินค้าของประเทศจีนพบว่าปี 2547 สัดส่วนการนำเข้าสินค้าเครื่องจักรมีสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.65 สินค้านำเข้าลำดับรองลงมา คือ แร่ธาตุเชื้อเพลิงและน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 8.56 จะเห็นได้ว่าประเทศจีนนำเข้าสินค้าจากทั่วโลกเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนมากเป็นสินค้าอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 มูลค่าการนำเข้าสินค้าในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปี 2547

(หน่วย : ล้านบาทหรือมูลค่ารัฐ)

กลุ่มสินค้า	ปี 2544		ปี 2545		ปี 2546		ปี 2547	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
เครื่องจักรไฟฟ้า	55,902.99	22.95	73,311.09	24.83	104,017.47	25.18	142,101.65	25.34
เครื่องจักร	40,561.08	16.65	52,194.72	17.67	71,561.36	17.32	91,479.53	16.31
ถ่านหิน น้ำมัน และเชื้อเพลิง	17,548.87	7.21	19,327.43	6.54	29,301.91	7.09	48,027.43	8.56
เส้นใยนำแสง กว้าง อุปกรณ์ทัศนศาสตร์	9,779.45	4.02	13,477.89	4.56	25,141.53	6.09	40,125.43	7.15
พลาสติก	15,262.04	6.27	17,379.78	5.89	21,042.07	5.09	28,064.13	5.00
เหล็ก	10,948.87	4.50	13,239.76	4.48	22,228.63	5.38	23,633.12	4.21
สารประกอบเคมี	8,977.83	3.69	11,157.97	3.78	16,017.91	3.88	23,811.71	4.25
ยานพาหนะ	4,533.74	1.86	6,478.96	2.19	11,837.86	2.87	12,944.47	2.31
ดินแร่ และหัวแร่	4,178.23	1.72	4,279.12	1.45	7,179.39	1.74	17,270.35	3.08
ทองแดงและส่วนประกอบ	4,886.60	2.01	5,668.85	1.92	7,159.52	1.73	10,476.85	1.87
ถั่วเหลืองถั่วลิสง เมล็ดพืช	3,344.08	1.37	2,776.99	0.94	5,661.11	1.37	7,348.91	1.31
บอลูน อากาศยาน รั่มชูชีพ	4,431.04	1.82	4,054.08	1.37	4,462.71	1.08	4,962.70	0.88
ผ้าใยฝ้าย ผ้าทอด้วยฝ้าย	2,941.05	1.21	3,327.79	1.13	4,650.40	1.13	6,900.93	1.23
ไม้ ถ่านไม้ ฝอยไม้ ฝงไม้	3,466.88	1.42	4,139.37	1.40	4,643.68	1.12	5,193.97	0.93

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

กลุ่มสินค้า	ปี 2544		ปี 2545		ปี 2546		ปี 2547	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
กระดาษ	3,649.84	1.50	4,137.74	1.40	4,394.74	1.06	4,636.52	0.83
เคมีภัณฑ์	2,590.13	1.06	3,783.39	1.28	4,940.35	1.20	5,102.22	0.91
เยื่อไม้	2,734.49	1.12	2,899.85	0.98	3,896.49	0.94	5,293.46	0.94
หนังสือพิมพ์ออก	3,168.87	1.30	3,262.56	1.10	3,766.71	0.91	4,594.67	0.82
ด้ายใย	3,330.47	1.37	3,332.10	1.13	3,602.36	0.87	3,804.23	0.68
สินค้าอื่นๆ	41,326.05	16.97	47,073.46	15.94	57,589.42	13.94	75,038.90	13.38
รวม	243,562.58	100.00	295,302.90	100.00	413,095.62	100.00	560,811.17	100.00

ที่มา : (World Trade Atlas, 2548)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยอดนำเข้าผักและผลไม้ของประเทศจีนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2538 จนถึงปี 2547 จากตารางที่ 4 จะพบว่าในปี 2538 ประเทศจีนนำเข้าผักและผลไม้มูลค่า 161.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และปี 2547 ประเทศจีนนำเข้าผักและผลไม้มีมูลค่า 1,024.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเพิ่มขึ้นถึง 5 เท่าตัว ภายในระยะเวลา 10 ปี

ตารางที่ 4 มูลค่าการนำเข้าผักและผลไม้ในประเทศจีน ตั้งแต่ปี 2538 จนถึงปี 2547

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

สินค้า	ปี 2538	ปี 2539	ปี 2540	ปี 2541	ปี 2542	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547
ผัก	77.61	76.53	74.30	71.29	83.27	81.81	209.75	194.21	241.07	404.74
ผลไม้	83.80	196.87	235.04	241.78	257.96	368.41	366.60	377.62	494.74	619.30
รวมผักและผลไม้	161.41	273.40	309.34	313.07	341.23	450.22	576.35	571.83	735.81	1,024.04

ยอดนำเข้าผัก ตั้งแต่ปี 2538 ถึงปี 2547 จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าประเทศจีนนำเข้าผักจากประเทศไทยมีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 1 จาก 70 ประเทศทั่วโลกมีมูลค่า 748.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 49.43 รองลงมาได้แก่ เวียดนาม มูลค่า 149.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 9.86 ถัดมาได้แก่ แคนาดา มูลค่า 146.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 9.65

ตารางที่ 5 มูลค่าการนำเข้าผักตามพิกัดอัตราศุลกากรระบบฮาร์โมนี ในประเทศจีน ตั้งแต่ปี 2538 - ปี 2547

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

อันดับที่	ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า	ร้อยละ
1	ไทย	748.73	49.43
2	เวียดนาม	149.35	9.86
3	แคนาดา	146.20	9.65
4	อินโดนีเซีย	145.40	9.60
5	สหรัฐอเมริกา	136.29	9.00
6	อินเดีย	42.64	2.82
7	ออสเตรเลีย	31.54	2.08
8	นิวซีแลนด์	21.94	1.45
9	อื่นๆ	92.48	6.11
	รวม	1,514.59	100.00

ที่มา : (World Trade Atlas, 2548)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับผลไม้ ยอดนำเข้าตั้งแต่ปี 2538 ถึงปี 2547 จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่าประเทศจีน นำเข้าผลไม้จากประเทศไทยมีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 1 จาก 93 ประเทศทั่วโลกมีมูลค่า 238.63 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 28.09 รองลงมาได้แก่ สหรัฐอเมริกา มูลค่า 134.40 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 15.82 ถัดมาได้แก่ ฟิลิปปินส์มูลค่า 109.41 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 12.88

ตารางที่ 6 มูลค่าการนำเข้าผลไม้ตามพิกัดอัตราศุลกากรระบบฮาร์โมนไนซ์ ในประเทศจีน ตั้งแต่ปี 2538 - ปี2547

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

อันดับที่	ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า	ร้อยละ
1	ไทย	238.63	28.09
2	สหรัฐอเมริกา	134.40	15.82
3	ฟิลิปปินส์	109.41	12.88
4	ชิลี	93.36	10.99
5	เวียดนาม	59.75	7.03
6	นิวซีแลนด์	42.29	4.98
7	รัสเซีย	41.31	4.86
8	เกาหลีใต้	20.80	2.45
9	อิหร่าน	18.45	2.17
10	อื่นๆ	91.04	10.72
	รวม	849.44	100

ที่มา : (World Trade Atlas, 2548)

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของจีน

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญที่ประเทศจีนนำเข้าสินค้า ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี มาเลเซีย รัสเซีย ออสเตรเลีย สิงคโปร์ และไทย จากตารางที่ 7 ในปี 2547 ประเทศจีนนำเข้าสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับที่ 1 มูลค่า 94,191.67 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 16.8 รองลงมาคือ ประเทศเกาหลีใต้ มูลค่า 62,165.56 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 11.08 ในอนาคตประเทศจีนมีแนวโน้มจะนำเข้าสินค้า จากกลุ่มประเทศอาเซียน 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไน ลาว กัมพูชา อินโดนีเซีย มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม และไทย มากขึ้น เนื่องจากได้มีการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียนและจีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 มูลค่าการนำเข้าสินค้าในประเทศจีน จากประเทศต่างๆ

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ)

อันดับที่	ประเทศ	ปี 2543		ปี 2544		ปี 2545		ปี 2546		ปี 2547	
		มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1	ญี่ปุ่น	41,520.27	18.45	42,808.21	17.58	53,489.04	18.11	74,204.07	17.96	94,191.67	16.80
2	เกาหลีใต้	23,207.94	10.31	23,393.82	9.60	28,580.98	9.68	43,160.54	10.45	62,165.56	11.08
3	ไต้หวัน	25,497.13	11.33	27,343.97	11.23	38,082.48	12.90	49,364.17	11.95	64,759.60	11.55
4	จีน	7,179.65	3.19	8,768.60	3.60	14,983.95	5.07	25,111.49	6.08	38,795.28	6.92
5	สหรัฐอเมริกา	22,364.61	9.94	26,204.29	10.76	27,227.90	9.22	33,882.96	8.20	44,652.66	7.96
6	เยอรมนี	10,411.33	4.63	13,695.97	5.62	16,433.80	5.57	24,391.75	5.90	30,158.92	5.38
7	มาเลเซีย	5,480.03	2.43	6,205.57	2.56	9,295.47	3.15	13,998.33	3.39	18,162.23	3.24
8	รัสเซีย	5,769.48	2.56	7,958.97	3.27	8,405.45	2.85	9,729.03	2.36	12,088.57	2.16
9	ออสเตรเลีย	5,025.13	2.23	5,430.00	2.23	5,851.79	1.98	7,302.79	1.77	11,530.59	2.06
10	สิงคโปร์	5,059.87	2.25	5,143.18	2.11	7,054.38	2.39	10,486.46	2.54	14,001.94	2.50
11	ไทย	4,380.18	1.95	4,712.79	1.93	5,598.53	1.90	8,828.91	2.14	11,537.60	2.06
12	อื่นๆ	69,199.51	30.74	71,897.21	29.52	80,299.16	27.19	112,635.10	27.27	158,766.57	28.31
	รวม	225,095.14	100.00	243,562.58	100.00	295,302.91	100.00	413,095.62	100.00	560,811.18	100.00

ที่มา : (World Trade Atlas, 2548)

ตารางที่ 8 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดของประเทศไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ตั้งแต่ปี 2541 - ปี 2547

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

อันดับ ที่	ประเทศ	ปี 2541		ปี 2542		ปี 2543		ปี 2544		ปี 2545		ปี 2546		ปี 2547	
		มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1	สหรัฐอเมริกา	12,142.42	22.34	12,611.18	21.80	14,644.27	21.37	13,192.94	20.33	13,439.93	19.59	13,638.89	16.99	15,438.35	15.90
2	ญี่ปุ่น	7,470.08	13.75	8,177.49	14.14	10,081.14	14.71	9,942.00	15.32	9,979.66	14.55	11,410.12	14.22	13,475.48	13.88
3	จีน	1,765.77	3.25	1,769.67	3.06	2,794.89	4.08	2,850.34	4.39	3,544.12	5.17	5,692.84	7.09	7,085.44	7.30
4	สิงคโปร์	4,658.69	8.57	5,008.36	8.66	5,954.25	8.69	5,262.62	8.11	5,526.11	8.06	5,846.15	7.28	6,971.50	7.18
5	มาเลเซีย	1,775.84	3.27	2,014.12	3.48	2,785.95	4.07	2,713.12	4.18	2,825.39	4.12	3,874.55	4.83	5,283.02	5.44
6	ฮ่องกง	2,769.29	5.10	2,931.99	5.07	3,454.36	5.04	3,284.35	5.06	3,672.52	5.35	4,301.34	5.36	4,916.90	5.06
7	อินโดนีเซีย	985.59	1.81	962.64	1.66	1,331.80	1.94	1,360.15	2.10	1,673.29	2.44	2,312.09	2.88	3,196.50	3.29
8	สหราชอาณาจักร	2,109.93	3.88	2,076.43	3.59	2,347.48	3.43	2,321.43	3.58	2,385.78	3.48	2,582.61	3.22	3,018.71	3.11
9	เนเธอร์แลนด์	2,179.79	4.01	2,188.92	3.78	2,237.95	3.27	2,023.27	3.12	1,885.59	2.75	2,370.41	2.95	2,583.84	2.66
10	ไต้หวัน	1,736.15	3.19	2,032.50	3.51	2,385.77	3.48	1,907.52	2.94	1,960.21	2.86	2,600.55	3.24	2,575.165	2.65
11	อื่น ๆ	16,750.93	30.82	18,070.13	31.24	20,509.72	29.93	20,050.92	30.89	21,700.91	31.64	25,623.01	31.93	32,553.21	33.53
	รวม	54,344.47	100.00	57,843.43	100.00	68,527.59	100.00	64,908.67	100.00	68,593.50	100.00	80,252.57	100.00	97,098.13	100.00

ที่มา : (World Trade Atlas, 2548)

สภาวะการส่งออกของประเทศไทย

ตลาดที่ประเทศไทยส่งออกมากที่สุดคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีนตามลำดับ จากตารางที่ 8 พบว่าประเทศไทยส่งสินค้าออกไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2543 มีมูลค่าการส่งออก 2,794.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 4.08 จนกระทั่งปี 2547 ประเทศไทยส่งสินค้าออกไปยังประเทศจีน มีมูลค่าการส่งออก 7,085.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 7.30 คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.61

นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศไทยส่งออกผักและผลไม้ไปยังประเทศจีนเป็นสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น เมื่อเทียบกับสินค้าอื่น ๆ ที่ประเทศไทยส่งไปยังประเทศจีน พิจารณาจากตารางที่ 9 จะพบว่ามูลค่าการส่งออกผักและผลไม้เมื่อเทียบกับสินค้าอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1 ในปี 2541 และเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 16.20 ในปี 2547 แสดงให้เห็นว่าผักและผลไม้มีแนวโน้มที่จะส่งออกไปยังประเทศจีนเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 9 ร้อยละการส่งออกผักและผลไม้จากประเทศไทย ไปยังประเทศจีน เทียบกับการส่งออกสินค้าทุกชนิดจากประเทศไทยไปยังประเทศจีน

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

มูลค่าการส่งออก	ปี 2541	ปี 2542	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547
สินค้าทุกชนิด	1,765.77	1,769.67	2,794.89	2,850.34	3,544.12	5,692.84	7,085.44
ผักและผลไม้	17.67	24.65	26.15	126.09	137.09	198.26	286.14
ร้อยละของผักผลไม้	1.00	1.40	1.48	7.14	7.76	11.23	16.20

ที่มา : (World Trade Atlas, 2548)

โครงสร้างการส่งออกของประเทศจีน

ประเทศจีนส่งออกผักผลไม้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ตั้งแต่ปี 2541 จนถึงปี 2547 ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 10 ปี 2541 ส่งออกผักและผลไม้คิดเป็นมูลค่า 1,907.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2547 ส่งออกผักและผลไม้คิดเป็นมูลค่า 3,543.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบร้อยละ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออกสินค้าผักและผลไม้กับการส่งออกสินค้าทุกชนิดของประเทศจีน พบว่าร้อยละการส่งออกสินค้าผักและผลไม้มีแนวโน้มลดลงทุกปี ปี 2541 ประเทศจีนส่งออกผักและผลไม้คิดเป็นร้อยละ 1.04 เมื่อเทียบกับสินค้าทุกชนิด แต่ในปี 2547 ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 0.58

ตารางที่ 10 ร้อยละการส่งออกผักและผลไม้จากประเทศจีนไปยังทุกประเทศ เทียบกับการส่งออกสินค้าทุกชนิดจากประเทศจีนไปยังทุกประเทศทั่วโลก

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

มูลค่าการส่งออก	ปี 2541	ปี 2542	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547
สินค้าทุกชนิด	183,746.49	195,176.53	249,239.66	266,403.10	325,642.07	438,472.56	593,647.17
ผักและผลไม้	1,907.16	1,946.25	1,961.86	2,181.01	2,438.35	2,932.35	3,453.20
ร้อยละการส่งออกผักและผลไม้	1.04	1.00	0.79	0.82	0.75	0.67	0.58

ที่มา : (World Trade Atlas, 2548)

ภาพรวมของการส่งออกสินค้าทุกชนิดของประเทศจีนจากตารางที่ 11 จะพบว่าประเทศจีนส่งออกสินค้าไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือประเทศฮ่องกง และอันดับ 3 ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น โดยในปี 2547 ประเทศจีนส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีมูลค่า 124,973.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 21.05 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ส่งออกไปยังประเทศฮ่องกงมีมูลค่า 101,126.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 17.03 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นมีมูลค่า 73,536.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 12.39 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ส่งออกไปยังประเทศเกาหลีใต้มีมูลค่า 27,809.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 4.68 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และส่งออกไปยังประเทศเยอรมันนีมีมูลค่า 23,754.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 4.00 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด สำหรับประเทศไทยนั้น ประเทศจีนส่งออกสินค้ามายังประเทศไทยเป็นอันดับที่ 20 จากทั้งหมด 240 ประเทศ นอกจากนี้พบว่าประเทศจีนมีแนวโน้มการส่งออกสินค้าเพิ่มมากขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 2541 จนถึงปี 2547 โดยในปี 2541 มีมูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดรวม 183,746.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และปี 2547 มีมูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดรวม 593,647.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกชนิดของประเทศจีนไปยังประเทศต่าง ๆ

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ

อันดับที่	ประเทศ	ปี 2541		ปี 2542		ปี 2543		ปี 2544		ปี 2545		ปี 2546		ปี 2547	
		มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1	สหรัฐอเมริกา	37,964.97	20.66	42,015.98	21.53	52,142.00	20.92	54,276.60	20.37	69,959.40	21.48	92,510.15	21.10	124,973.45	21.05
2	ฮ่องกง	38,782.21	21.11	36,917.24	18.91	44,530.17	17.87	46,492.44	17.45	58,483.26	17.96	76,323.59	17.41	101,126.47	17.03
3	ญี่ปุ่น	29,718.08	16.17	32,419.64	16.61	41,611.05	16.70	45,048.79	16.91	48,483.03	14.89	59,453.99	13.56	73,536.26	12.39
4	เกาหลีใต้	6,265.85	3.41	7,817.32	4.01	11,286.62	4.53	12,524.25	4.70	15,507.99	4.76	20,104.85	4.59	27,809.46	4.68
5	เยอรมนี	7,350.14	4.00	7,781.02	3.99	9,278.46	3.72	9,754.80	3.66	11,381.97	3.50	17,446.50	3.98	23,754.27	4.00
6	เนเธอร์แลนด์	5,162.06	2.81	5,414.66	2.77	6,683.75	2.68	7,283.24	2.73	9,070.18	2.79	13,500.31	3.08	18,517.46	3.12
7	สหราชอาณาจักร	4,632.54	2.52	4,881.27	2.50	6,310.63	2.53	6,780.84	2.55	8,058.57	2.47	10,827.80	2.47	14,975.48	2.52
8	ไต้หวัน	3,866.40	2.10	3,951.75	2.02	5,039.95	2.02	5,001.65	1.88	6,589.65	2.02	9,013.77	2.06	13,547.83	2.28
9	สิงคโปร์	3,900.70	2.12	4,503.37	2.31	5,754.91	2.31	5,792.92	2.17	6,968.80	2.14	8,873.16	2.02	12,695.49	2.14
ประเทศอื่น ๆ (231 ประเทศ)		46,103.54	25.09	49,474.28	25.35	66,602.14	26.72	73,447.57	27.57	91,139.22	27.99	130,418.43	29.74	182,711.01	30.78
รวม		183,746.49	100.00	195,176.53	100.00	249,239.66	100.00	266,403.10	100.00	325,642.07	100.00	438,472.56	100.00	593,647.17	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปสรรคในการส่งผักผลไม้จากไทยไปจีน

แม้จะมีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย-จีน โดยมีผัก และผลไม้เป็นสินค้านำร่องในการลดภาษีเหลือร้อยละศูนย์ แต่ประเทศไทยยังคงมีอุปสรรคอื่น ๆ ที่มีใช้ภาษีในการส่งออกผักและผลไม้ไปยังประเทศจีนดังจะกล่าวในรายละเอียดต่อไปนี้

ในประเทศจีนนั้น สิทธิในการเป็นผู้นำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ จะต้องผ่านการอนุมัติการกระทรวงพาณิชย์จีนก่อน โดยอาจเป็นชาวต่างชาติที่ดำเนินธุรกิจ/ลงทุน ในจีนก็ได้ตามคุณสมบัติที่จีนกำหนด ทั้งนี้ ผู้นำเข้า-ส่งออกผลไม้ในขณะนี้ เป็นบริษัทใหญ่ ค่อนข้างมีอิทธิพล หรือ มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับรัฐบาลจีน โดยร้อยละ 90 ของการนำเข้าอยู่ที่เมืองกวางโจวตอนใต้ของจีน ผู้นำเข้า-ส่งออกกระดပ် SME จะมีน้อย ดังนั้น การทำธุรกิจระหว่างประเทศ จึงมักต้องผ่านผู้นำเข้า-ส่งออกรายใหญ่ที่มีอยู่เดิม ๆ ทำให้ต้องเสียค่าบริการ/ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งเพิ่มต้นทุนแก่ผู้ค้ารายย่อย และใบอนุญาตนำเข้าสินค้าต่าง ๆ จะมีอายุเพียง 6 เดือน โดยเสียค่าธรรมเนียมชุดละ 20 หยวน (ยี่สิบหยวน) ใบอนุญาต 1 ชุดต่อการนำเข้า 1 ล็อตสินค้านั้น ๆ นอกจากนี้ ยังต้องขอใบรับรองด้านสุขอนามัยต่อการนำเข้า 1 ครั้ง โดยเสียค่าธรรมเนียมชุดละ 20 หยวน (ยี่สิบหยวน) เช่นกัน ทั้งนี้ ไม่เคยมีการระบุว่า จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการต่อใบอนุญาต 300 หยวน อีกทั้งยังมีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งปัจจุบันจีนเรียกเก็บใน 3 อัตรา คือ ร้อยละ 0 สำหรับสินค้าส่งออก ร้อยละ 13 สำหรับสินค้าเกษตร เครื่องจักรการเกษตร ก๊าซด้านหิน หนังสือ ปู่เคมี ฯลฯ และร้อยละ 17 สำหรับสินค้าอื่น ๆ เช่น น้ำมันดิบ ซึ่งเป็นอัตราที่ใช้ทั้งในประเทศ และสินค้านำเข้า ส่วนที่มีการเรียกเก็บแตกต่างกันนั้น ทางกรจีน ได้มีข้อกำหนดว่า ธุรกิจในประเทศที่มีขนาดเล็กจำนวนเงินลงทุนต่ำกว่า 1 ล้านหยวน ให้เก็บภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 6 ส่วนร้านค้าเล็ก ๆ ทั่วไป ให้เก็บภาษีมูลค่าเพิ่มเพียงร้อยละ 4

นอกจากนี้ไทยยังมีความเสียเปรียบในเรื่องของภาษีเงินได้นิติบุคคล (Income Tax) ซึ่งจัดเก็บในอัตราร้อยละ 30 และมีภาษีอื่น ๆ อีก ในขณะที่ประเทศอื่นเก็บเพียงร้อยละ 24 และสินค้านำเข้าที่ประเทศจีนส่งออกไปขายทั่วโลกส่วนใหญ่จะมีราคาถูกกว่าราคาสินค้าที่ขายในประเทศนั้นมากกว่าร้อยละ 10 เนื่องจากสินค้าจากประเทศจีนสามารถตั้งราคา โดยไม่ต้องมีราคาต้นทุน เนื่องจากการลงทุนมาจากรัฐบาล

มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่มีใช้ภาษี (Non Tariff Barrier) ของจีนเข้มงวดมาก เช่น การตรวจสอบคุณภาพ มาตรฐานด้านสุขอนามัยโรคพืชและแมลง การลดภาษีภายใต้ FTA จึงไม่มีผลต่อการขยายการค้าต่อไทยเท่าที่ควร และประเทศจีนกำหนดให้ใช้กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดจากแนวทางใดแนวทางหนึ่งคือ Substantial Transformation โดยกำหนดการได้แหล่งกำเนิดสินค้าจากการผลิตในระดับที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงพิภพในระดับ 4 Digit หรือการผลิตสินค้านั้น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะต้องมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ซึ่งหากสินค้าใดไม่สามารถผลิตได้ตามที่กำหนดจะต้องชำระอัตราภาษีที่สูงกว่า ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่ได้มีการควบคุมในลักษณะดังกล่าว ในทางกลับกันประเทศไทยมีอัตราภาษีที่จัดเก็บเป็นการทั่วไปกว่ากรอบ WTO เป็นส่วนใหญ่ และบางกรณีก็มีอัตราต่ำกว่าอัตราตามกรอบ AFTA

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกผัก และผลไม้ไปยังประเทศจีนสูง เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก แต่ยังคงมีข้อจำกัดหลายประการซึ่งเป็นอุปสรรคในการส่งออก ดังนั้นยังคงต้องมีการเจรจาในระดับทวิภาคีต่อไป เพื่อร่วมมือกันแก้ไข ปัญหา และเกิดการค้าเสรีอย่างแท้จริง และเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของไทย



๕

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์

ในบทที่ 4 จะทำการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของการส่งออกผักผลไม้ จากไทยไปยังจีน โดยใช้ดัชนีชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดระดับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกผักผลไม้ไปยังประเทศจีน โดยนำมูลค่าการนำเข้าสินค้าในประเทศจีนมาประยุกต์ใช้

ระดับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ศึกษาข้อมูลมูลค่าการนำเข้าผักและผลไม้ของประเทศจีนจากประเทศไทย (ตารางภาคผนวกที่ 1) สำหรับผักผลไม้ที่ทำการศึกษา 8 ชนิดพบว่าประเทศจีนนำเข้ามันสำปะหลังจากประเทศไทยเป็นมูลค่ามากที่สุด รองลงมาคือกล้วยและสับปะรดตามลำดับ และประเทศจีนนำเข้าสินค้าทุกชนิดจากประเทศไทย (ตารางภาคผนวกที่ 2) มีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาจมีใบบางปีลดลงบ้าง แต่โดยภาพรวมเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 0.08 ต่อปี ในส่วนของผักและผลไม้ที่ต้องการศึกษานั้น (ตารางภาคผนวกที่ 3) ประเทศจีนนำเข้ามันสำปะหลังเป็นมูลค่ามากที่สุด รองลงมาคือกล้วย ส้ม และพืชผักตระกูลถั่วตามลำดับ

จากการที่ได้มูลค่าทั้ง 4 ในตารางภาคผนวกที่ 1 2 และ 3 นั้นจึงได้นำไปคำนวณค่า RCA ดังในตารางที่ 12 โดยมีผลการคำนวณ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 12 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกผักและผลไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศจีน ในช่วงปี พ.ศ. 2538 – 2547

ค่า RCA / ปี	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
มะพร้าว	22.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กล้วย	0.18	0.62	0.76	0.11	0.07	0.05	0.08	0.16	0.28	1.01
สับปะรด	8.68	4.17	27.47	19.64	46.41	17.35	21.47	29.88	30.99	35.42
มะม่วง	-	-	-	-	-	5.26	3.30	3.24	3.02	0.84
ส้ม	1.66	4.36	4.64	0.46	0.06	0.06	0.00	0.00	0.01	0.00
พืชผัก	0.00	0.09	3.12	8.80	2.57	3.05	1.63	0.00	0.72	2.83
พืชผักตระกูลถั่ว	-	-	-	0.02	0.10	0.00	0.00	-	-	-
มันสำปะหลัง	31.76	0.09	32.79	35.14	26.35	11.34	42.16	41.87	36.11	38.62

ที่มา : (จากการคำนวณ โดยใช้ข้อมูลที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 1 2 และ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

HS 08011000 มะพร้าว สดหรือแห้ง จะเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มากกว่า 1 ในปี 2538 หมายความว่าสัดส่วนการนำเข้ามะพร้าวจากไทยต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากไทย มีมากกว่าสัดส่วนการนำเข้ามะพร้าวจากทั่วโลก ต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากทั่วโลก หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมะพร้าวไปยังจีน สำหรับปี 2539 จนถึง ปี 2547 ไม่พบการนำเข้ามะพร้าวในประเทศจีน หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีศักยภาพในการส่งออกมะม่วงไปยังจีน สำหรับ HS 08030000 กัวยรวมถึงกล้วย สดหรือแห้ง พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ น้อยกว่า 1 ในปี 2538 ถึงปี 2546 แสดงว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไปยังจีน สำหรับปี 2547 มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มากกว่า 1 หมายความว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไปยังจีน จากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าช่วงเวลาส่วนมาก ไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ มีเพียงปี 2547 ที่อยู่ในฐานะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และไม่มีแนวโน้มที่ชัดเจนว่าอนาคตจะเป็นอย่างไร เนื่องแนวโน้มข้อมูลไม่สม่ำเสมอ

HS 08043000 สับปะรด สดหรือแห้ง และ HS 07141020 มันสำปะหลัง พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มากกว่า 1 ใน ทุก ๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการนำเข้าสับปะรด และมันสำปะหลังจากไทยต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากไทย มีมากกว่าสัดส่วนการนำเข้าสับปะรดจากทั่วโลก ต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากทั่วโลก หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับปะรดและมันสำปะหลังไปยังจีน

HS 08045020 มะม่วง สด หรือแห้ง พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มากกว่า 1 ใน ปี 2543 ถึงปี 2546 อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมะม่วงไปยังจีน สำหรับปี 2547 พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ น้อยกว่า 1 อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมะม่วงไปยังจีน สำหรับปี 2538 ถึงปี 2542 ไม่พบการนำเข้ามะม่วงในประเทศจีนหรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีศักยภาพในการส่งออกมะม่วงไปยังจีน สำหรับ HS 08051000 ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มากกว่า 1 ใน ปี 2538 ถึงปี 2540 หมายความว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกส้มไปยังจีน สำหรับปี 2541 ถึงปี 2547 พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ น้อยกว่า 1 หมายความว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกส้มไปยังจีน

จากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่ามีแนวโน้มเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ ตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมาสำหรับสินค้าส้ม

HS 07102900 พืชผัก (ดิบหรือทำให้สุกโดยการนึ่งหรือต้ม) แซ่เย็นจนแข็ง พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ น้อยกว่า 1 ในปี 2538 ถึงปี 2539 และปี 2545 ถึงปี 2546 หมายความว่าสัดส่วนการนำเข้าพืชผักจากไทยต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากไทย มีน้อยกว่าสัดส่วนการนำเข้าพืชผักจากทั่วโลก ต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากทั่วโลก หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกพืชผักไปยังจีน สำหรับปี 2540 จนถึงปี 2544 และปี 2547 พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มากกว่า 1 หมายความว่าสัดส่วนการนำเข้าพืชผักจากไทยต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากไทย มีมากกว่าสัดส่วนการนำเข้าพืชผักจากทั่วโลก ต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดจากทั่วโลก หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกพืชผักไปยังจีน จากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าไทยมีความได้เปรียบ และเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบไม่แน่นอนในแต่ละช่วงเวลา ส่วน HS 07131090 พืชผักตระกูลถั่วแห้งและเอาเปลือกออก จะลอกเยื่อหรือทำให้แยกจากกันหรือไม่ก็ตาม พบว่ามีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ น้อยกว่า 1 ในปี 2541 ถึงปี 2544 ว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกพืชผักตระกูลถั่วไปยังจีน สำหรับปี 2538 ถึงปี 2540 และปี 2545 ถึงปี 2547 ไม่พบการนำเข้าพืชผักตระกูลถั่วในประเทศจีน หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีศักยภาพในการส่งออกพืชผักตระกูลถั่วไปยังจีน

การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันการค้าส่งออก

การศึกษาดัชนีชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage: RCA) ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดระดับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพื่อนำมาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกผักผลไม้ไปยังประเทศจีน เมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งเป็นการศึกษาเมื่อเทียบกับคู่แข่ง แต่ทั้งนี้ยังมีปัจจัยภายในเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงทำการศึกษาต่อด้วย The Boston Consulting Group (BCG) Matrix ซึ่งเป็นการศึกษาถึงอัตราการขยายตัว และอัตราส่วนแบ่งทางการตลาด ดังตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่าสินค้าทุกชนิดมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 18.36 ในขณะที่ผักและผลไม้เองมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 24.41 ส่วนแบ่งทางการตลาดเฉลี่ยของผักและผลไม้ก็มีมากกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของ

ตารางที่ 13 มูลค่าการนำเข้า อัตราการขยายตัวเฉลี่ย และส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ย

(หน่วย : ล้านบาทหรือดอลลาร์สหรัฐ)

ปี	สินค้าทุกชนิด	ผักและผลไม้
2538	132,083.44	161.41
2539	138,832.78	273.40
2540	142,139.85	309.34
2541	140,385.35	313.07
2542	165,779.09	341.23
2543	225,095.14	450.22
2544	243,562.58	576.35
2545	295,302.90	571.83
2546	413,095.62	735.81
2547	560,811.18	1,024.04
Growth	18.36	24.41
Share	1.03	8.90

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าทุกชนิด มูลค่าการนำเข้าของสินค้าทุกชนิด รวมทั้งผักและผลไม้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 2538 จนถึงปี 2547

จากตารางที่ 14 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในตารางเป็นภาพรวม โดยข้อมูลที่ศึกษาตั้งแต่ปี 2538 ถึงปี 2547 โดยการคำนวณจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏโดยเฉลี่ย (RCA เฉลี่ย) ซึ่งเมื่อศึกษาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏโดยเฉลี่ยแล้ว นำมาศึกษาต่อด้วยค่า BGG โดยตำแหน่งต่าง ๆ มีความหมายดังนี้

ตารางที่ 14 อัตราการขยายตัว และส่วนแบ่งการส่งออกของผักและผลไม้ที่ศึกษา

HS	Market Share	Relative		RCA	BCG
		Share	Growth		
08011000 มะพร้าว สดหรือแห้ง	0.00	0.00	-	>1	สุนัข
08030000 กลัวยสดหรือแห้ง	0.01	0.00	42.97	<1	ปรศนี
08043000 สับปะรด สดหรือแห้ง	0.01	0.00	-18.48	>1	สุนัข
08045020 มะม่วง สด หรือแห้ง	0.00	0.00	-	>1	สุนัข
08051000 ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง	0.00	0.00	245.34	>1	ปรศนี
07102900 พืชผัก	0.00	0.00	-	>1	สุนัข
07131090 พืชผักตระกูลถั่ว	0.00	0.00	-	<1	สุนัข
07141020 มันสำปะหลัง	1.62	0.07	276.80	>1	ปรศนี

ปรศนี – มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์ต่ำ แต่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง ต้องตัดสินใจว่า จะทำให้มันเข้มแข็งขึ้น หรือขายธุรกิจนี้

ดาวรุ่ง – ตำแหน่งนี้แสดงให้เห็นถึงโอกาสที่ดีที่สุดที่จะเติบโตและทำให้กำไรในระยะยาว ขององค์กรหรือบริษัท มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสูง ควรได้รับการลงทุนอย่างจริงจัง เพื่อรักษาหรือทำให้ตำแหน่งแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

วัวทำเงิน – มีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดสัมพัทธ์สูง แต่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตต่ำ เรียกว่า วัวทำเงิน เพราะว่าหน่วยนี้ก่อให้เกิดเงินสดมากกว่าความต้องการใช้เงินสด ควรรักษาตำแหน่งที่เข้มแข็งให้นานเท่าที่จะนานได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุนัข –มีตำแหน่งส่วนแบ่งความสัมพัทธ์ต่ำ และทำการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตช้า หรือไม่เติบโต (Slow or No Market-Growth Industry) ที่เรียกว่า สุนัข เพราะว่ามีตำแหน่งที่อ่อนแอทั้งภายในและภายนอก

จากการศึกษาพบว่า ส้มและมันสำปะหลังมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่า 1 และค่า BCG ตกอยู่ในตำแหน่งปรีศนี ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าส้มและมันสำปะหลังมีศักยภาพการแข่งขันสูง และมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

กล้วยมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏน้อยกว่า 1 และค่า BCG ตกอยู่ในตำแหน่งปรีศนีซึ่งอาจกล่าวได้ว่าศักยภาพการแข่งขันของกล้วยไม่ชัดเจน และไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

สำหรับมะพร้าว สับปะรด มะม่วง และพืชผัก ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่า 1 และค่า BCG ตกอยู่ในตำแหน่งสุนัข ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าศักยภาพการแข่งขันของมะพร้าว สับปะรด มะม่วง และพืชผักนั้นต่ำ และไม่ชัดเจนว่าจะพัฒนาได้ดี แต่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

พืชผักตระกูลถั่ว ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏน้อยกว่า 1 และค่า BCG ตกอยู่ในตำแหน่งสุนัข ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าพืชผักตระกูลถั่วมีศักยภาพการแข่งขันต่ำและไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ส้มและมันสำปะหลังมีศักยภาพการแข่งขันการค้าส่งออกมากที่สุดจากสินค้าผักและผลไม้ 8 ชนิดที่ทำการศึกษา สำหรับมะพร้าว สับปะรด มะม่วง และพืชผัก มีศักยภาพต่ำ และไม่ชัดเจนว่าจะพัฒนาได้ดี อย่างไรก็ตามก็ยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจึงควรหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพ พืชผักตระกูลถั่วมีศักยภาพการแข่งขันต่ำ และไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ จึงเป็นการยากที่จะพัฒนา ส่วนกล้วยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และศักยภาพไม่ชัดเจน

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ผักและผลไม้ นับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย และการขยายตัวของการส่งออกผักผลไม้ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดคู่ค้าที่สำคัญคือ จีน ญี่ปุ่น ฮ่องกง ไต้หวัน และสหราชอาณาจักร หลังจากพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ พบว่าประเทศจีน ซึ่งมีจำนวนประชากรมากถึง 1,300 ล้านคน อีกทั้งยังเป็นประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ และรัฐบาลไทยได้เจรจาจัดตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างไทยและจีน โดยมีผักและผลไม้ในพิกัดอัตราศุลกากร (Harmonize System :HS) 07 และ 08 เป็นสินค้านำร่อง ที่จะลดภาษีให้เหลือร้อยละศูนย์ ภายในวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2546 จึงได้เลือกศึกษาผักและผลไม้ 8 ชนิด ได้แก่ HS 07102900 พืชผัก (ดิบหรือทำให้สุกโดยการนึ่งหรือต้ม) แซ่เย็นจนแข็ง HS 07131090 พืชผักตระกูลถั่วแห้ง และเอาเปลือกออก จะลอกเยื่อหรือทำให้แยกจากกันหรือไม่ก็ตาม HS 07141020 มันสำปะหลัง HS 08011000 มะพร้าว สดหรือแห้ง จะเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม HS 08030000 กล้วยรวมถึงกล้วย สดหรือแห้ง HS 08043000 สับปะรด สดหรือแห้ง HS 08045020 มะม่วงสด หรือแห้ง HS 08051000 ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง โดยได้ศึกษาลักษณะตลาด คู่แข่งขัน ข้อตกลงร่วมวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของการส่งออก ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก เพื่อนำผลการศึกษาเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาศักยภาพการส่งออก

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ จาก World Trade Atlas ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึงปี พ.ศ. 2547 และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่รวบรวมได้ จะนำมาศึกษา และวิเคราะห์สภาพทั่วไปของการส่งออก โครงสร้างการนำเข้า ตลาดคู่แข่งขันที่สำคัญ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ และศักยภาพของผักผลไม้ที่ศึกษา แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาคือแนวความคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage : RCA) เพื่อทราบถึงศักยภาพการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก และใช้แนวความคิดของ The Boston Consulting Group เพื่อทราบถึงศักยภาพภายใน โดยพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาด และการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม และนำแนวความคิดทั้งสองมาหาศักยภาพรวมต่อไป

การจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทยและจีนยังคงพบปัญหาอื่น ๆ ที่มีขีดด้านภาษี ซึ่งเป็นอุปสรรคในการส่งออกผักผลไม้ของประเทศไทย อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงนำเข้าผักและผลไม้จาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศไทยเป็นอันดับ 1 ตั้งแต่ปีพ.ศ.2538 จนถึงปี 2547 และสัดส่วนการนำเข้าผักผลไม้จากประเทศไทยยังคงเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาโดยการนำข้อมูลมาหาค่าดัชนีชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและค่า BCG พบว่าส้มและมันสำปะหลังมีศักยภาพการแข่งขันการค้าส่งออกมากที่สุด จากสินค้าผักและผลไม้ 8 ชนิดที่ทำการศึกษา สำหรับมะพร้าว สับปะรด มะม่วง และพืชผัก มีศักยภาพต่ำและไม่ชัดเจนว่าจะพัฒนาได้ดี อย่างไรก็ตามก็ยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจึงควรหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพ พืชผักตระกูลถั่วมีศักยภาพการแข่งขันต่ำ และไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ จึงเป็นการยากที่จะพัฒนา ส่วนกล้วยไม้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และศักยภาพไม่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาศักยภาพการแข่งขันการค้าผักผลไม้ของประเทศไทยไปประเทศจีน มุ่งที่จะนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าส้มและมันสำปะหลังเป็นสินค้าที่มีศักยภาพสูง และมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ รัฐบาลควรมีนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยการจัดตั้งเขตการค้าเสรีควรให้ความสำคัญกับสินค้านี้มากเป็นพิเศษ และเพิ่มนโยบายส่งเสริมการลงทุนในการผลิตและจำหน่าย ส้ม และมันสำปะหลัง เช่นลดอากรขาเข้าเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและแปรรูปสินค้า จัดตั้งเขตส่งเสริมการลงทุนในกาปลูกส้มและมันสำปะหลัง เป็นต้น

ผลการศึกษามะพร้าว สับปะรด มะม่วง และพืชผักมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสามารถแข่งขันได้ แต่ศักยภาพภายใน ยังคงต่ำ จึงควรปรับปรุงคุณภาพการผลิต และบรรจุภัณฑ์ในการส่งออก ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์คุณภาพสินค้า เพื่อส่งเสริมการขายตัวในอุตสาหกรรม และเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด

บรรณานุกรม

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2545. เส้นทางอนาคตความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจไทย-จีน. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ปรากฏที่พิมพ์)

ทิวรัตน์ ลาภวิไล. 2547. ข้อมูลเปรียบเทียบข้อตกลงการค้าเสรี US-Australia FTA และ Thailand-Australia FTA. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้า พรินติ้ง.

พัทตร์ผจง วัฒนสินธุ์. 2542. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุ่งนภา บุญยะนันท์ . 2546. เขตการค้าเสรีไทย-จีน ผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าไทย . กรุงเทพมหานคร: (ไม่ปรากฏที่พิมพ์)

ศุภัช ศุภขลาสัย และคณะ. 2546. โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมภายใต้กรอบความร่วมมือด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ. ศูนย์การศึกษาเอเปค และศูนย์ศึกษาความร่วมมือในภูมิภาค มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุนทร ราชวงศ์ศึก. 2535. การค้าระหว่างประเทศและการพัฒนาของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เรือนแก้ว.

Balassa, B. 1965. Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage. The Manchester School of Economic and Social Studies, Vol.33, no.2 May. Pp 99-124.

Prema-chandra Athukorala and Suphat Supachakasai. 2004. Post-crisis Export Performance in Thailand. Research School of Pacific and Asian Studies: Australian National University.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<http://www.dtn.moc.go.th>. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

<http://www.english.mofcom.gov.cn>. กระทรวงพาณิชย์จีน

<http://www.dephtai.go.th>. กรมส่งเสริมการส่งออก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก
ตารางแสดงรายละเอียดมูลค่าสินค้า

ตารางภาคผนวกที่ 1 มูลค่าการนำเข้าผักผลไม้ที่ต้องการศึกษาของประเทศจีนจากประเทศไทย

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

สินค้า	ปี พ.ศ.									
	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
มะพร้าว	0.51	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กล้วย	0.09	1.19	1.55	0.30	0.16	0.18	0.16	0.24	0.55	1.94
สับปะรด	0.04	0.05	1.35	1.78	0.72	0.13	0.14	0.11	0.07	0.09
มะม่วง	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.33	0.15	0.41	0.38	0.13
ส้ม	0.01	0.08	0.09	0.01	0.01	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00
พืชผัก	0.00	0.00	0.02	0.08	0.06	0.06	0.05	0.00	0.03	0.08
พืชผักตระกูลถั่ว	0.00	0.00	0.00	0.01	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
มันสำปะหลัง	26.22	0.02	12.37	19.23	16.75	4.86	125.00	113.47	150.26	273.15

ที่มา : (World Trade Atlas, 2548)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 2 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกชนิดของประเทศจีนจากประเทศไทยและทั่วโลก

หน่วย : มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ), สัดส่วน (ร้อยละ)

ปี พ.ศ.	ประเทศไทย	ทั่วโลก	สัดส่วน
2538	1,610.77	132,083.44	1.22
2539	1,890.36	138,832.78	1.36
2540	2,004.74	142,139.85	1.41
2541	2,423.00	140,385.35	1.73
2542	2,781.75	165,779.09	1.68
2543	4,380.18	225,095.14	1.95
2544	4,712.79	243,562.58	1.93
2545	5,598.53	295,302.90	1.90
2546	8,828.91	413,095.62	2.14
2547	11,537.60	560,811.18	2.06

ที่มา : (World Trade Atlas, 2548)

ตารางภาคผนวกที่ 3 มูลค่าการนำเข้าผักผลไม้ที่ต้องการศึกษาของประเทศจีนจากทั่วโลก

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ)

สินค้า	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
มะพร้าว	1.84	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กล้วย	41.98	140.85	145.70	163.12	140.51	169.26	98.25	75.34	92.16	93.44
สับปะรด	0.35	0.89	3.49	5.25	0.92	0.38	0.34	0.19	0.11	0.12
มะม่วง	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.24	2.28	6.70	5.92	7.59
ส้ม	0.67	1.41	1.44	1.27	9.46	23.02	25.39	22.55	38.67	36.99
พืชผัก	0.34	0.13	0.37	0.51	1.33	1.07	1.72	2.49	1.81	1.41
พืชผักตระกูลถั่ว	0.00	0.00	0.00	17.11	10.00	16.23	26.52	21.30	11.43	14.18
มันสำปะหลัง	67.68	13.13	26.75	31.72	37.87	22.03	153.22	142.95	194.67	343.77

ที่มา : (World Trade Atlas, 2548)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล : นางสาวจิตติณี บุศราวังศ์
- วันเดือนปีเกิด : 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2516
- สถานที่เกิด : จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ประวัติการศึกษา : รัฐศาสตร์ สาขาบริหารรัฐกิจ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ประวัติการทำงาน : บริษัท ไทยอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด (พ.ศ.2539 ถึง 2546)
บริษัท ซีเอสดีกา จำกัด (พ.ศ.2546 ถึง 2547)
บริษัท ซีเกทเทคโนโลยี จำกัด
ตำแหน่งนักจัดซื้อ (พ.ศ.2548 –ปัจจุบัน)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้